

Espen Nyberg Granaune

Kan man tindre seg ei dame?

En studie av et utvalg nye norske verb avledet av digitale applikasjoner og tjenester

Masteroppgave i nordisk språkvitenskap

Veileder: Kristin Melum Eide

Mai 2019

Espen Nyberg Granaune

Kan man tindre seg ei dame?

En studie av et utvalg nye norske verb avledet av digitale applikasjoner og tjenester

Masteroppgave i nordisk språkvitenskap
Veileder: Kristin Melum Eide
Mai 2019

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Det humanistiske fakultet
Institutt for språk og litteratur

SAMMENDRAG

Formålet med denne studien har vært å finne ut noe om verb avledet av digitale merkevarer og digitale tjenester er i bruk i språket vårt. Oppgaven er basert på språklige observasjoner jeg selv gjorde før oppstarten av dette masterprosjektet ligger i grunn. Jeg har gjennomført spørreskjemaer og intervjuet et utvalg informanter for å se hvordan det står til med verb som ‘vippse’, ‘snappe’, og ‘instagramme’ for å nevne noen. Mine data viser at flere verb som er avledet av merkenavn på digitale tjenester absolutt er i bruk i språket vårt.

Jeg ønsket å finne ut noe om hvor *naturlig* de opptrer i språket. Derfor vinklet jeg innsamlingen slik at respondentene fikk mulighet til å oppgir hvor naturlig de utvalgte verbene er. I tillegg har jeg intervjuet fire informanter for mer omstendelig datagrunnlag. Med disse dataene som bakgrunn, har jeg drøftet hvilke verb avledet av digitale merkevarer som er naturlig i språket vårt, hva som kjennetegner dem, og om det er noen fellestrekk.

I store deler av drøftingen har jeg vektlagt tematiske roller, fordi jeg hadde en hypotese om at flere slike verb kunne være fleksible i syntaksen. Jeg har brukt en konstruksjonalistisk tilnærming for å drøfte argumentstruktur. Det jeg derimot har vektlagt mest, er hvordan de leksikalsk-semantiske egenskapene til verbene påvirker hvordan verbene oppleves som naturlig. Jeg har problematisert at verb som kan være tvetydige ved at de både kan beskrive en som utfører en handling gjennom tjenesten, eller en som opptrer som tilskuer gjennom tjenesten.

Jeg diskuterer også om brukerantall og popularitet har noe å si for verbenes bruk. Fra et sosiolingvistisk perspektiv diskuterer jeg om vi står overfor en språkforandring, eller om verbene er språklige innovasjoner som tillegges i ordforrådet vårt.

ABSTRACT

The purpose of this thesis has been to study if verbs derived by digital brands and digital services is being used in norwegian language. The thesis is based on language observation done by myself before I started the thesis. I have carried out a survey, and interview a sample of informants to find out something about the usage of verbs like 'vippse', 'snappe' and 'instagramme', to name a few. My datas show that multiple verbs derived by digital brand names certainly is being used in norwegian language.

Jeg wanted to work out how *naturally* these verbs appear in norwegian. The survey I made is made so that the respondants got the ability to state how natural the verbs are for them. Furthermore, I have interview four informants to gain more detailed data. With these data, I have discussed which verbs derived by digital brand names that appear naturally in our language, what are their characteristics, and if there are any common denominators between them.

I have heavily discussed these verbs and thematic roles, I had a hypothesis that many of these verbs could be syntactically flexible. I have used a constructionalism approach to discuss argument structure. However, what I have emphasized mostly is how the lexical-semantic properties affect the verbs and their natural appearance. I have questioned certain verbs to be ambiguous, meaning that they can both describe someone performing an active action in the application, or someone merely being a spectator.

I also discuss whether number o fusers and the popularity of the brands has any impact on the usage of the verbs. From a sosiolinguistic perspective I discuss whether we are facing language change, or if is merely just cases of innovative language, and words being added to our vocabulary.

FORORD

Når dette masterprosjektet nå er ferdigstilt er det på sin plass å uttrykke en takk til ulike mennesker som har bidratt på ulike måter.

Tusen takk til alle dere 279 som tok dere tid til å svare på spørreskjemaet mitt. Jeg vet ikke hvem dere er, men om dere leser dette skal dere vite at det settes enormt stor pris på.

Tusen takk til dere fire som stilte opp på intervju, for hyggelige samtaler og nyttige betraktninger om disse rare verbene jeg har undersøkt.

Tusen takk til alle studievenner på lektorutdanningen for samtaler om masteroppgaven, og masterskriving generelt. Især til Ernst Ravnaas som har vært en enestående studiekamerat på nordisk gjennom fem lærerike år.

Tusen takk til Seline Amundsen som ga konstruktive tilbakemeldinger på førsteutkastet for spørreskjemaet.

Tusen takk til min kjære Ellisiv som har stilt opp som prøvekanin for intervju, og takk for at du har vist interesse for arbeidet mitt.

Aller sist vil jeg takke min fantastisk dyktige veileder Kristin Melum Eide. Tusen takk for hyggelige og lærerike samtaler, og for at du har hatt en genuin tro og interesse for oppgaven min. Uten dine innspill tør jeg knapt tenke på hva dette prosjektet kunne endt opp som.

Innholdsfortegnelse

1.0	Introduksjon	1
1.1	Problemstilling	2
1.2	Disposisjon	2
2.0	Empiri	3
3.0	Teori	4
3.1	Argumentstruktur	4
3.1.1	Leksikalisme – thetaroller	5
3.1.2	Konstruksjonalisme – rammeteorien	5
3.2	Skyggeargumenter	6
3.3	Rheme-objekter	7
3.4	Tematiske roller	7
3.5	Proto-agens og proto-patiens	8
3.6	Konsepter	9
3.7	Språkforandring	9
3.7.1	Språklig innovasjon	9
3.7.2	Ungdomsspråk	10
3.7.3	Internett og digital teknologi	10
4.0	Metode	11
4.1	Spørreskjema	11
4.1.1	Likert-skala	12
4.1.2	Informantenes forståelse	13
4.1.3	Utvalg	13
4.1.4	Utforming	14
4.1.5	Verktøy og håndtering av data	15
4.2	Intervju	16
4.2.1	Dybdeintervju	16
4.2.2	Utvalg	16
4.2.3	Informantene	17
4.2.4	Gjennomføring	17
4.2.5	Lydopptak og transkribering	18
5.0	Analyse	18
5.1	Agens-verb versus agens-experier-verb	21
5.2	Kategori 1	22
5.2.1	Å vippse	22
5.2.2	Å snappe	25
5.2.3	Å google	27
5.2.4	Å skype	29
5.2.5	Kategori 1: sammenfatning	30
5.3	Kategori 2	32
5.3.1	Å facettime	32
5.3.2	Å twitre/å tweete	32
5.3.3	Å podcase	33
5.3.4	Å jodle	35
5.3.5	Kategori 2: sammenfatning	35
5.4	Kategori 3	36
5.4.1	Å tindre	36
5.4.2	Å youtube	37

5.4.3	Å instagramme.....	39
5.4.4	Å facebooke.....	40
5.4.5	Kategori 3: sammenfatning.....	40
5.5	Språkforandring.....	41
6.0	Avlsutning.....	43
	Litteratur.....	45
	Vedlegg 1: Tabeller fra spørreskjema.....	47
	Vedlegg 2 : Intervjuer.....	61
	Informant 1: Svein.....	61
	Informant 2: Signe	65
	Informant 3: Arne.....	68
	Informant 4: Gerd.....	71
	Vedlegg 3: Samtykkeskjema for intervju.....	75
	Vedlegg 4: Oppgavens relevans for mitt virke som lektor.....	77

1.0 INTRODUKSJON

«Back to the 21st century and along comes a verbified brand, Google. So now we ‘Google’, we don’t think “I’ll use a search engine”. And to ‘Google’ has come to mean so much more than using a search engine. It means to seek out, to validate, to inform, to entertain with knowledge, to save time, to prove yourself right (or wrong).» (Ryan, 2016).

Slik beskriver Colleen Ryan verbet ‘to google’, at det i tillegg til å anvende en internettbasert søkemotor også betyr så mye mer. Mange nordmenn vil kanskje også være enige om at dette verbet kan bety ‘å sjekke noe’, eller ‘å bekrefte informasjon’, eller kanskje ‘å utforske et tema’. Denne merkevaren Google har tilsynelatende gitt språket vårt et verb som virkelig har fått fotfeste, og som brukes av mange til ulike formål. Men hvorfor er det slik at andre digitale søkemotorer, som for eksempel Bing og Yahoo ikke har blitt ‘verbifisert’? Kanskje finnes det noen sjeler der ute i verden som sier ‘å yahooe’ i stedet for ‘google’, men det er nok betydelig færre enn de som buker ‘å google’.

Miller (2018) hevder i en artikkel at merkevarens formål er årsaken til at verbene blir avledet av merkenavnet. Dersom merkevaren har et tydelig formål, er det større sjanse for å bli et verb (Miller, 2018). Men det kan neppe forklare hvorfor vi heller sier ‘å google’ enn ‘å yahooe’. Begge merkevarene er digitale tjenester som lar brukeren søke etter informasjon på internett. Ikke nok med det, Yahoo ble lansert i 1994, mens Google ble lansert i 1998. Tjue år etterpå viser det seg at vi verbifiserte merkevaren som kom senere, og som i tillegg tjener samme formål.

Brown (2017) mener at årsaken til at ‘å google’ festet seg som et verb i språket, er kvaliteten på produktet Google har levert. Han trekker fram brukervennlighet og fravær av reklame som årsaker til at informasjonsslystne søkere heller valgte Google over andre allerede etablerte søkemotorer (Brown, 2017). I tillegg påpeker han at Google i tillegg til å kun være en søkemotor har blitt mye mer, som mailtjeneste (Gmail), karttjeneste (Google Maps), og mer. Googles brukervennlighet og omfang kan kanskje være forklaringen på at «Google» vant kampen om verbet over de andre søkemotorene.

«It’s the combination of purpose and popularity that convert brand names into verbs.» sier Miller (2018) i sin artikkel. Det må altså tolkes som at dersom en merkevare blir verbifisert, vil det være et tegn på suksess, og at det å få sin merkevare verbifisert bør være et mål for enhver oppkommende gründer. Hoban (2013) skriver om «Simoniz», et firma som i løpet av 20- og

30-tallet forsøkte å verbifisere merkevaren sin ved å bruke verbet i reklameplakater. Det er altså et eksempel på at gründeren selv forsøker å implementere merkevaren sin som et verb i språket. Han henviser også til et eksempel der eierne bak merkevaren «Xerox» faktisk kjørte en kampanje for å få språkbrukerne til å slutte å bruke ‘verket deres’ (Hoban, 2013). Eierne bak kopimaskinmerkevaren «Xerox» var redd for at merkevaren deres skulle miste status dersom språkbrukerne brukte verbet om all kopiering uavhengig av merke (Hoban, 2013).

Denne masteroppgaven skal handle om nettopp dette fenomenet, når merkevarer danner nye verb som tas i bruk i språket vårt. Finnes det verb avledet av merkenavn i det norske språk? I mitt arbeid med dette prosjektet skal jeg utforske hvilke verb som brukes i norsk, hovedsakelig verb som dannes av digitale merkevarer, som digitale applikasjoner eller andre digitale tjenester. Et eksempel på et slikt verb er ‘å vippse’ (avledet av betalingsapplikasjonen Vipps). Det jeg ønsker å finne ut gjennom arbeidet med oppgaven er å finne ut hvilke verb som brukes naturlig, og hvilke egenskaper de har, og om det er noen fellestrekk. For å finne ut hvilke verb som brukes naturlig i språket vårt har jeg brukt spørreskjema og intervju som metode.

1.1 Problemstilling

Gjennom å studere et utvalg av nye norske verb avledet av digitale applikasjoner og tjenester, ønsker jeg å finne svar på:

«Hvor naturlige oppleves disse verbene av norske språkbrukere over og under 30 år? Hva kjennetegner de verbene som går inn i faktisk språkbruk; hvilke egenskaper og fellestrekk har de?»

1.2 Disposisjon

Denne oppgaven er delt inn i 6 deler: introduksjon, empiri, teori, metode, analyse, og avslutning. Siden dette prosjektet i stor grad er basert på språklige observasjoner gjort av meg selv, ønsker jeg å redegjøre for empirien jeg satt med i forkant av prosjektet. I teoridelen skal jeg trekke inn ulike lingvistisk teori som er nødvendig for å drøfte ulike aspekter ved verbene jeg har undersøkt. I metoddelen diskuterer jeg metodene jeg har brukt som har gitt datagrunnlaget for oppgaven. Analysekapitlet er tredelt ut ifra hvor naturlig respondentene oppga de ulike verbene. Etter hver del har jeg inkludert en sammenfatning for å drøfte fellestrekk verbene har ut ifra naturlighetsgrad. Til sist skal jeg i avslutningen prøve å se helhetlig på fenomenet jeg har studert, og besvare problemstillingen.

2.0 EMPIRI

Ideen til denne masteroppgaven grunner i språklige observasjoner gjort av meg selv. Da jeg fordypet meg i syntaks i løpet av studieløpet, og lærte om theta-kriteriet (Åfarli & Eide, 2003, s. 101), observerte jeg at noen av de aktuelle verbene var fleksible når det gjaldt argumentstruktur. Ett av verbene jeg var mest nysgjerrig på var verbet 'å vippse', som er avledet av DNBs betalingsapplikasjon Vipps. Min hypotese var at dette verbet, som deler de semantiske egenskapene til transaksjonsverb, kunne opptre både intransitivt, transitivt og ditransitivt. Jeg laget noen eksempelsetninger og testet dem på studiekamerater, som mente at dette var akseptable setninger, og som i tillegg ga mening i konteksten. Eksempelsetningene er konstruert ut ifra en kontekst der en person har lagt ut for en utgift for en annen person, og den andre personen skal bekrefte at pengene skal bli overført gjennom «Vipps».

- (1) Jeg vippser.
- (2) Jeg vippser deg.
- (3) Jeg vippser deg penger.

Alle setningene var etter mitt språklige skjønn akseptable i den gitte konteksten, og det mente også de jeg testet setningene på. Dersom man skulle brukt et mer vanlig transaksjonsverb, eksempelvis 'å sende', ville argumentstrukturen vært mer begrenset for å produsere grammatikalske setninger.

- (4) Jeg sender.*
- (5) Jeg sender deg.*
- (6) Jeg sender deg penger.

Selv om det er samme intensjon bak alle ytringene, krever verbet 'å sende' flere argumenter realisert i syntaksen for å være grammatisk. Denne observasjonen ligger i grunn for oppstarten av dette prosjektet. I tillegg har jeg som en relativt språkinteressert og språknysgjerrig person også observert bruk av verb som er avledet av apper og digitale plattformer i andre menneskers dagligtale. Verbene jeg har utforsket er: 'Å vippse', 'å google', 'å snappe', 'å skype', 'å tindre', 'å tweete/tvitte', 'å youtube', 'å facetime', 'å instagramme', 'å jodle', 'å facebooke' og 'å podcaste'.

Frengstad (2016) har i sin masteroppgave gjort en eksoskeletal analyse av det han omtaler som 'kreative verbkonstruksjoner'. Der viser han fleksibilitet i ulike verbs argumentstruktur som følge av verbets semantiske og inherente egenskaper i lys av Åfarlis (2007) arbeid med

argumentstruktur. I min masteroppgave skal jeg ikke utelukkende analysere disse verbene i syntaksen. Jeg skal for det første undersøke om disse verbene faktisk er i bruk, og deretter forsøke å finne noen fellestrekk for hvorfor akkurat disse verbene er i bruk. I analysedelen kommer jeg til å forsøke å gjøre rede for egenskapene til disse verbene. Da vil jeg igjen komme tilbake til argumentstruktur, og verbenes semantisk-leksikalske egenskaper. Da skal argumentstruktur drøftes nærmere ved å analysere verbenes tematiske roller.

3.0 TEORI

Gjennom dette prosjektet ønsker jeg å si om hva som kjennetegner ulike verb som blir introdusert i språket vårt. Empirien denne oppgaven er basert på, er observasjoner som angår flere lingvistiske aspekter, og denne empirien ble testet i metodene jeg brukte for datainnsamling (se kapittel 4). Siden målet mitt med oppgaven er å kunne si noe om flere sider av verbene, vil det være relevant for meg å trekke inn teori fra flere greiner innenfor lingvistikken. Hypotesen min er at disse verbene som er tatt i bruk har både leksikalsk-semantisk kjennetegn, konseptuelle kjennetegn, og sosiolingvistiske kjennetegn. Derfor vil jeg i teorikapitlet trekke inn teori fra flere ulike lingvistiske greiner.

3.1 Argumentstruktur

I dette delkapitlet skal jeg ta for meg sentral teori innenfor to lingvistiske retninger. Disse retningene er uenige om verbs argumentstruktur. Den ene retningen er den leksikalistiske som hevder at argumentstrukturen er projisert fra verbets leksikal-semantiske struktur (Grimshaw, 1991, s. 1). Denne retningen argumenterer blant annet for verbenes utdeling av theta-roller, et begrep jeg skal presentere mer utførlig i 3.1.1.

Den andre retningen er den konstruksjonalistiske. Innenfor konstruksjonsgrammatikk er det ingen rigid sammenheng mellom leksikon og syntaks (Goldberg, 1995, s. 7). Konstruksjonalistene argumenterer heller for at konstruksjoner gir mening uavhengig av verbets leksikal-semantiske egenskaper (Goldberg, 1995, s. 66). Goldberg (1995, s. 1) sier at det selvfølgelig ligger mye informasjon i enhetenes leksikalske innhold, men at det ikke strekker til i fullstendig redegjørelse basert på de språklige dataene vi har. Jeg skal presentere mer spesifikk konstruksjonalistisk teori som jeg vil bruke i analysen av flere av setningene jeg undersøkte. Det er rammeteori i norsk presentert av Åfarli (2007), der han hevder at det er fem konstruerte rammer i syntaksen som ligger i grunn for argumentstruktur, og ikke verbenes leksikalsk-semantiske egenskaper. Mer om dette i 3.2.2.

3.1.1 Leksikalisme – theta-roller

Verb tjener som utgangspunkt for setningsstruktur, og argumentstrukturen blir projisert inn i syntaksen (Åfarli & Eide, 2003, s. 44). Argumentstrukturen spesifiserer hvilke semantiske roller som blir tilordnet, og vårt mentale leksikon er lagret alle disse verbenes ulike argumentspesifikasjoner (Åfarli & Eide, 2003, s. 44). Eksempelvis tilordner verbet ‘like’ to semantiske roller: agens og patiens, som illustrert i (7) (Åfarli & Eide, s. 44 og 49):

Like, V: theta, theta.

Verbet ‘å like’ bør nødvendigvis tilordne disse rollene for å opptre i en grammatisk setning.

- (8) Sverre liker potetgull,
- (9) Sverre liker.*
- (10) Eppersom potetgullet likte Sverre...*

(9) er en ugrammatisk setning fordi verbet ‘å like’ krever to theta-roller, i dette tilfellet agens og patiens (Åfarli & Eide, 2003, s. 48). Å se på argumentstruktur på denne måten, altså at verbene tildeler semantiske roller ut ifra deres semantiske egenskaper, er den leksikalistiske måten å se det på. Setning (10) viser at det ikke bare handler om hvor mange theta-roller som deles ut, men at argumentenes egenskaper også har en innvirkning på hvor de kan plasseres i syntaksen. Potetgull er ikke en levende enhet som er i stand til å like noe, og derfor blir (10) ugrammatisk. En nøyere presentasjon av tematiske roller kommer i 3.4.

3.1.2 Konstruksjonalisme – rammeteorien

Åfarli (2007, s. 1) argumenterer for at det ikke er verbenes semantiske egenskaper som avgjør argumentstrukturen i syntaksen. Han argumenterer i lys av konstruktivistisk lingvistikk, og hevder at det er forhåndsgenererte rammer som er utgangspunktet for argumentstruktur, og ikke verbenes semantiske egenskaper (Åfarli, 2007, s. 2). Verbenes semantiske egenskaper har altså ifølge Åfarli (2007, s. 14) ingen grammatisk rolle.

Som nevnt innledningsvis i 3.1, presenterer Åfarli fem syntaktiske rammer som han hevder alle norske setninger kan plasseres i (Åfarli, 2007, s. 6). De fem rammene er: intransitiv, transitiv, ditransitiv, transitiv-resultativ og ditransitiv-resultativ (Åfarli, 2007, s. 2-4)

- (11) Intransitiv: *Marit grubler.*
- (12) Transitiv: *Marit kastet steinen.*
- (13) Ditransitiv: *Marit innvilget oss lånet.*

- (14) Transitiv-resultativ: *Marit la arket på bordet.*
(15) Ditransitiv-resultativ: *De puster oss årlig ånde i ansiktet.* (Åfarli, 2007, s. 4-5)

Åfarli (2007, s.7) viser at oppfunnede verb som tilsynelatende mangler semantisk-konseptuelt innhold kan plasseres inn i disse rammene, og motta argumenter som en skulle tro ikke hadde noe med verbet å gjøre rent konseptuelt sett. Jamfør dette eksemplet:

- (16) Pene jenter i TV2 værers solskinn og regn (Åfarli, 2007, s. 7)

I dette eksemplet viser Åfarli at et oppfunnet verb fungerer i den transitive rammen, selv om det ikke anses som et verb i ordboka, og derfor ikke har noe semantisk-konseptuelt innebygd i seg.

3.2 Skyggeargumenter

Skyggeargumenter er argumenter som ikke realiseres i syntaksen fordi argumentet er semantisk inkorporert i verbet (Pustejovsky, 1995, s. 64).

- (17) Mary buttered her toast with butter*
(18) Mary buttered her toast with margarine (Pustejovsky, 1995, s. 65)
(19) Lisa lo
(20) Lisa lo en latter*
(21) Lisa lo en grufull og skingrende latter
(22) Lisa lo grufullt og skingrende

(17) viser et eksempel på et skyggeargument som vanligvis ikke realiseres i syntaksen, fordi 'smøret' som argument ligger innbakt i verbets semantisk-konseptuelle egenskaper. I (18) derimot realiseres argumentet i en grammatisk setning fordi argumentet er ikke det som ligger innbakt i verbets semantisk-konseptuelle egenskaper (Pustejovsky, 1995, s. 65). Det er derimot semantisk relatert til skyggeargumentet, og må realiseres for å unngå at det skal misforstås hva som faktisk skal smøres på toasten. (20) er en setning der objektet virker overflødig, og skaper en om ikke ugrammatisk setning, en unaturlig setning. Setning (19) er en grammatisk setning som viser at verbet er intransitivt, og at selv om latteren fysisk realiseres, er den kun et skyggeargument i syntaksen. I setning (21) derimot, innehar objektet flere egenskaper og blir derfor ikke ugrammatisk når det realiseres. Dette er derimot ikke et must; som vi ser i setning (22) må heller ikke objektet realiseres, siden måtesadverbialene her beskriver verbet i stedet for objektet. Siden vi vet at latteren er et skyggeargument i denne setningen, vet vi også at det er latteren som er grufull og skingrende.

3.3 Rheme-objekter

Johanna Prytz (2016, s. 19) argumenterer for at noen verb som tilsynelatende er transitive deler egenskaper med intransitive verb, og kaller dem derfor for pseudo-transitive verb. Hun presenterer begrepet rheme-objekter, som er valgfrie objekter som kan realiseres som argument i setninger, og at dette gjelder enn viss type verb, som hun omtaler som IOR-verb, som står for *Implicit object read* (Prytz, 2016, s. 19).

IOR-verb er verb som opptrer i objektsløse setninger, altså verb som ikke behøver at objektet er syntaktisk realisert i setningen (Prytz, 2016, s. 13)

(23) Sally läste (Prytz, 2016, s. 13)

Dette er en setning som Prytz omtaler som IOR, og er en setning som helt uproblematisk kan ytres uten en form for kontekst. (Prytz, 2016, s. 13). Denne ytringen forteller at Sally leser noe. Hva som leses er ikke relevant, men det er implisitt at det er en eller annen form for tekst som blir lest av Sally (Prytz, 2016, s. 2013).

(24) Sally leste artikkelen

Dersom setningen ytres slik som i (24), er objektet ifølge Prytz (2013, s. 15) et rheme-objekt, og er helt valgfritt. Derfor argumenterer hun for at mange verb som tilsynelatende er transitive deler strukturelle egenskaper med intransitive verb (Prytz, s. 15).

3.4 Tematiske roller

(25) David kokte potetene.

(26) Kevin så bilen.

På overflaten (25) og (26) se helt like ut. Begge setningene er syntaktisk sett like, og passer inn i den transitive rammen (Åfarli, 2007, s. 6). Dersom man ser bort ifra den syntaktiske strukturen, og heller studerer setningene semantisk vil man oppdage at det er en tydelig forskjell på det konseptuelle bak disse setningene. Mellom disse to setningene er det subjektets deltakende rolle som det kan stilles spørsmål ved. I (25) opptrer David som en *agent*, der han er en initiator av en handling han utfører frivillig (Saeed, 2016, s. 150). I tillegg er det interessant å stille spørsmål om hvilken rolle objektet i denne setningen har. I dette tilfellet opptrer potetene som *patient*, fordi objektet undergår en effekt eller en forandring (Saeed, 2016, s. 150).s

I (26) er Kevin en entitet som observerer en bil, og har ifølge (Saeed, 2016, s. 150) rollen som en *experiencer*, fordi Kevin ikke nødvendigvis utfører en handling av fri vilje. Vi kan ikke kalle

Kevin en *agent* siden vi ikke kan anta at han bevisst foretar seg en handling av fri vilje. For alt vi vet kan bilen kjøre inn i Kevins synsfelt, og dermed gjøre Kevin bevisst på at bilen eksisterer, og dermed tildeler Kevin en rolle som opplever eller *experiencer*, som jeg kommer til å omtale det som i denne oppgaven, i denne setningen.

For ditransitive setninger opptrer en tredje rolle: en som drar fordel eller ulempe gjennom handlingen som utføres, og denne rollen kalles for benefaktor (Saeed, 2016, s. 151).

3.5 Proto-agent og proto-patiens

Å dele inn rollene i ulike kategorier kan ifølge Saeed (2016, s. 159) være problematisk.

- (27) Kapteinen strøk ballen
- (28) Kapteinen klemte ballen

I disse to setningene kan det være vanskelig å avgjøre hvilken rolle objektene skal ha. De undergår ikke en forandring, og kan derfor ikke være *patient*, de blir ikke flyttet på, og kan derfor ikke være *theme*, og de påvirker heller ikke subjektet, og kan derfor ikke være *stimulus* (Saeed, 2016, s. 150 og 159). Med slike uklarheter om deltakelse, er det problematisk å kategorisere tematiske roller (Saeed, 2016, s. 159). Derfor foreslår Dowty (1991) (Saeed, s. 160) å heller kategorisere rollene som prototyper, da spesifikt proto-agenter og proto-patienser.

Proto-agentens egenskaper omhandler fire aspekter:

- a. Frivillig involvering i en handling
- b. Perspesjon eller sansning
- c. Årsak til en forandring hos en annen involvert entitet
- d. Forflytning (Dowty, 1991, s. 572) (i Saeed, 2016, s. 160)

Proto-patiensens egenskaper omhandler også fire aspekter:

- a. Undergår en statusforandring
- b. *Theme*, blir flyttet på, eller får sin lokasjon beskrevet
- c. Påvirket av en annen deltaker
- d. Stasjonært relativ til en annen deltaker (Dowty, 1991, s. 572) (i Saeed, 2016, s. 160)

Denne kategoriseringen gjør ifølge (Dowty, 1991) det som kan oppleves som en utydelig bunt av tematiske roller litt mer fleksibelt. Ved å se på proto-agentens og proto-patiensens

egenskaper kan man heller måle grad av involvering, ut ifra hvor mange av kriteriene argumentet innfrir (Dowty, 1991) i (Saeed, 2016, s. 160).

3.6 Konsepter

Jackendoff (1996, s. 1) stiller spørsmål til hva mennesker er nødt til å vite for å ta i bruk språket på den måten de gjør. Hvilke eksisterende kunnskaper er det som gjør at mennesker kan lære seg evnen til å ta i bruk språket på den måten vi gjør (Jackendoff, 1996, s. 1)? I denne oppgaven skal jeg diskutere bruken av nye verb, og da er det interessant å diskutere språklige konsepter, og om verbene denoterer allerede kjente konsepter for oss mennesker. Jackendoff argumenterer blant annet for at konsepter som denoterer objekter alltid uttrykkes ved substantiv, og at verb alltid denoterer statusendring eller eventer (Jackendoff, 1996, s. 6). Jackendoff (1996, s. 8) argumenterer for at konseptuell struktur er den sentrale representasjonen som samhandler med språket.

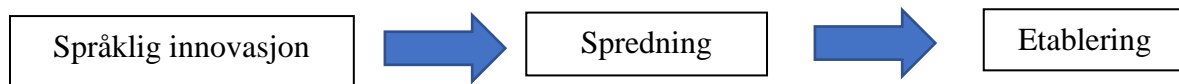
3.7 Språkforandring

I dette delkapitlet skal jeg ta for meg tre aspekter som er relevant for å kunne diskutere den språkforandringen jeg undersøker i denne oppgaven. Først skal jeg presentere sosiolingvistisk teori om språklig innovasjon, som dreier seg om hvordan språkbrukerne er initiativtakere til språkendring. Deretter skal jeg presentere teori om ungdomsspråk. 8 av 12 verb i spørreskjemaet som gjaldt bruken av verb i transitive eller intransitiv form, ble oppgitt som mest naturlig av språkbrukere under 30 år. Derfor inkluderer jeg lingvistisk teori om ungdomsspråk for å kunne diskutere denne variasjonen i verbbruken. Til sist skal jeg presentere teori om internettspråk. At internett har stor påvirkning på språket er ikke til å komme bort fra, især når det gjelder språkendringen jeg undersøker, om verb som er knyttet til teknologiske arenaer. Disse tre aspektene blir viktige i en diskusjon om verbene og potensiell språkendring.

3.7.1 Språklig innovasjon

Når man snakker om forandring i språket, er det viktig å skille mellom distinksjonene språklig innovasjon og lingvistisk forandring (Milroy, 1992, s. 169). Språklig innovasjon er forandringer i språket som språkbrukerne selv tar initiativ til, mens lingvistisk forandring er forandringer innenfor selve språksystemet (Milroy, 1992, s. 169). I denne avhandlingen skal jeg diskutere introduksjon av nye verb, og om de brukes i språket vårt, derfor er det språklig innovasjon jeg snakker om når jeg senere i oppgaven skal diskutere språkforandring.

Labov (1972b, s. 123) i (Kotsinas, 1994, s. 169) presenterer en forenklet modell i tre steg for hvordan språkforandring foregår:

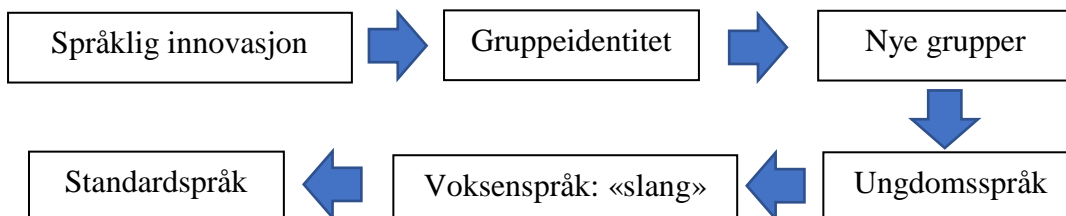


Milroy (1992, s. 171) presiserer at det er problematisk å anta hva som er språklig innovasjon, og hva som leder til forandring i språket vårt. Han sier at i tidlig stadium av språkending er det vanskelig å si om hvorvidt det kommer til å bli en vellykket språkending som etableres (Milroy, 1992, s. 171).

3.7.2 Ungdomsspråk

Ungdom er en språklig kreativ gruppe, og det tyder på å være en vanlig oppfatning av at språklig nyskaping minker når språkbrukerne kommer inn i voksen alder. Kotsinas (1994, s. 169) sier også at det er mange tegn på at ungdommers nyskapsler spiller en rolle i språkforandningsprosessen.

Kotsinas (1994, s. 173) har utformet en modell for utvikling av innovativ språkbruk av ungdom, som har likhetstrekk med Labovs modell. Hun har derimot et par flere steg:



Kotsinas (1994, s. 173) påpeker i sin modell at språklig innovasjon kan være knyttet til utvikling av gruppeidentitet, og at det må spres til nye grupper før det blir en del av noe som kan omtales som ungdomsspråk. Dette ungdomsspråket kan deretter utvikle seg til voksenspråk, for å så bli standardspråk.

3.7.3 Internett og digital teknologi

I de to foregående underkapitlene har jeg presentert sosiolingvistisk teori som er skrevet lenge før internett ble en uomtvistelig del av så å si alles hverdag. Derfor skal jeg i dette underkapitlet introdusere nyere sosiolingvistisk teori, som omtaler internetts og digital teknologis innflytelse på språket vårt.

Naomi Baron (2011, s. 133) avslutter sin artikkel om internett og språk med å presisere at online- og mobilteknologi fortsatt er i en infantil fase. Nå er denne artikkelen også noen år gammel i skrivende stund, men hun sier at vi må være forsiktige med å avgjøre om hvorvidt internett og digital teknologi har en påvirkning på språket vårt (Baron, 2011, s. 133). Til tross for dette konkluderer hun med at det er viktig at studerer digitale medier som faktor for språkendring (Baron, 2011, s. 133). Hun konkluderer også med at vi må se på internett og digitale medier i lys av en bredere sosial prosess, som også omhandler mer enn bare språk (Baron, 2011, s. 132).

4.0 Metode

Språkvitenskap er en empirisk vitenskap, der språkforskeren selv må skaffe de dataene som er nødvendig i forskningsarbeidet (Johannessen, 2003, s. 133). I empiri-delen av oppgaven har jeg redegjort for empirien som ligger til grunn for denne masteroppgaven. Jeg har tatt meg selv i å bruke noen av de aktuelle verbene, samtidig som jeg har observert dem i muntlig tale blant andre norske språkbrukere.

For å kunne besvare de spørsmålene jeg stiller i denne masteroppgaven, mener jeg det har vært fruktbart og nødvendig å kombinere metodologiske tilnæringsmåter. Det ene spørsmålet jeg stiller omhandler den faktiske bruken av de verbene jeg undersøker i oppgaven. For å samle inn tilstrekkelig data til å svare på det spørsmålet, har jeg brukt kvantitativ metode, i form av spørreskjema. Her spør jeg om informantene opplever det naturlig å bruke de aktuelle verbene. Det andre spørsmålet omhandler hvilke egenskaper som kjennetegner disse verbene. I spørreskjemaet har jeg også formet ulike setninger som informantene skal gradere etter hvor naturlig de opplever dem. Med denne dataen er målet å også kunne si noe om semantiske og syntaktiske egenskaper ved disse verbene.

I tillegg til spørreskjema har jeg også gjennomført intervju med fire informanter. Dette er et metodisk valg som jeg begrunner med nødvendigheten av å samle inn informantenes subjektive vurderinger av verbene. I spørreskjemaet har jeg fått statistikk på hvor naturlig verbene oppleves for informantene, mens i intervjuet har jeg fått muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål. Dermed kan man si at det metodologiske arbeidet jeg har gjort i denne oppgaven sorterer under termen metodetriangulering, som vil si at man anvender flere metodologiske tilnæringer i samme forskningsprosjekt (Hårstad et al. 2017, s. 43).

4.1 Spørreskjema

Jeg ønsker med denne oppgaven å utforske bruken av verb som er avledet av digitale merkevarer. Noen av verbene jeg hadde observert i talespråket i forkant av oppstarten av oppgaven, forekom meg å brukes mer hyppig enn andre, for de andre verb var jeg i det hele tatt usikker på hvorvidt de forekom i naturlig språk. For å kunne svare på spørsmålet om hvilke verb som brukes i språket, måtte jeg altså skaffe mer data enn bare tilfeldige observasjoner.

Spørreundersøkelse er et eksempel på en kvantitativ metode, der dataene samles inn på en systematisk måte i form av et standardisert spørreskjema (Hårstad et al. 2017, s. 43-44). Formålet med en slik undersøkelse er å oppnå et datagrunnlag som er mest mulig allmenn, gjennomsnittlig, og statistisk sett representativ (Hårstad et al. 2017, s. 43). Siden alder kan være en mulig variabel for språklig variasjon (Hårstad et al. 2017, s. 101), utformet jeg spørreskjemaet slik at informanten oppga aldersgruppe på første spørsmål i undersøkelsen. Hårstad et al. (2017, s. 129) påpeker at ved å anvende spørreskjema som metode, gir ikke språkforskeren seg selv mulighet til å komme med oppfølgingsspørsmål. Johannessen (2003, s. 138) understreker tydelig at språkforskeren må være forsiktig med å trekke konklusjoner ut ifra spørreskjemaer siden misforståelser kan oppstå. Det er derfor jeg landet på metodetriangulering, der jeg i tillegg anvender intervju som metode for å grave dypere i spørsmålene jeg ønsker å besvare med gjennom oppgaven. Det er likevel ikke slik at jeg med metodetriangulering luker ut alle misforståelser, men forhåpentligvis gir det meg en bredere innsikt i det jeg skal undersøke.

4.1.1 Likert-skala

Jeg har valgt å bruke Likert-skala som format for svarene på spørreskjemaet. Likert-skalaen er en metode der informantene blir presentert for en skala (for eksempel 1-5 eller 1-7), der de skal vurdere akseptabiliteten eller til en setning (Schütze & Sprouse, 2014, s. 33). Siden jeg ikke er ute etter å vurdere om setningene er akseptable grammatisk sett, men derimot om verbene oppleves som naturlig i informantenes tale, har jeg valgt å sette «unaturlig» (1) og «helt naturlig» (4) som ytterpunktene på skalaen. Dersom informanten opplever en setning som mindre naturlig, men ikke helt unaturlig, kan informanten velge et tall mellom på skalaen. For å unngå å friste informantene til å havne et sted midt mellom, valgte jeg å begrense alternativene til 1, 2, 3 og 4. Intensjonen bak dette valget var å forhindre at de som var usikre om sin bruk av det spesifikke verbet, heller fikk muligheten til å oppgi 2 og 3, som begge heller litt mot ytterpolene, i stedet for at de skulle havne i en slags nøytral kategori, som kanskje betyr 'vet ikke'.

Schütze og Sprouse (2014, s. 31) presiserer at Likert-skalaen er et verktøy som er designet for å måle omfanget av forskjell i besvarelsene, og de advarer dermed mot at skalaen kan sørge for at innsamleren mister muligheten til å evaluere små forskjeller mellom setningene. Dette er en viktig grunn til at mitt arbeid med innsamling av data har foregått ved hjelp av flere metoder. Intervjuet er designet for å kunne oppdage mer nyanserte forskjeller mellom verbene i ulike kontekster, og dermed kunne diskutere hvordan informanter oppfatter disse verbenes egenskaper

4.1.2 Informantenes forståelse

Som Johannessen (2003, s.138) presiserer er det alltid vanskelig å vite om eller hva informantene har forstått eller misforstått etter å ha besvart et spørreskjema. Uten å kunne stille oppfølgingsspørsmål i en dialog risikerer man at mange av informantene har oppgitt et svar som ikke samsvarer med informantens egentlige oppfatning av bruken av et gitt verb. Dette er et spørsmål det er så godt som umulig å få svar på innenfor de gitte rammene, og er en svakhet ved bruk av spørreskjema som gjør at man bør bruke det med forsiktighet (Johannessen, 2003, s. 138)

4.1.3 Utvalg

279 personer besvarte spørreskjemaet mitt, og da blir det naturlig å stille spørsmålet: Hvem er respondentene? Dette er et viktig spørsmål en datainnsamler må stille seg ved bruk av spørreskjema. Ettersom det er umulig å få samlet inn besvarelser fra samtlige språkbrukere av norsk, betyr det at datautvalget nødvendigvis må være basert på et utvalg. Fowler Jr. (2013, s. 8) omtaler dette som et fundamentalt aspekt ved spørreskjema, og presiserer at dette er et problem metodeinnsamleren nødvendigvis møter på (Fowler Jr., 2013, s. 10). Problemet ligger utelukkende i at dataene som samles inn, er samlet fra et begrenset utvalg av befolkningen (Fowler Jr., 2013, s. 10). Det er med andre ord umulig å si hvem de er, og det er en naturlig konsekvens av å benytte spørreskjema som metode.

Et annet spørsmål som reises angående utvalg er bias knyttet til det Fowler (Fowler, 2013, s. 10) omtaler som '*process of selecting*', altså hvordan datainnsamleren velger utvalget sitt. I min oppgave skal jeg forsøke å besvare hypoteser som dreier seg om språkbruk blant norske språkbrukere. Derfor oppstår spørsmålet om hvordan mitt utvalg kan være representativt for hele Norges befolkning. Etter å ha fundert en stund på hvordan jeg skulle samle respondenter, endte jeg opp med avgjørelsen om å dele spørreskjemaet på min private Facebook-profil. Dette valget utløser umiddelbart spørsmålet om hvor representativt mitt utvalg i det hele tatt kan være.

Alder på respondentene, overvekt av respondenter fra mitt eget språkområde, overvekt av respondenter fra min nære vennekrets, overvekt av respondenter fra tilnærmet lik sosioøkonomisk bakgrunn: alle disse er faktorer som gir grunn til å anta bias, og tilsier at utvalget er for begrenset.

Til tross for disse faktorene endte jeg likevel med å velge å dele undersøkelsen på Facebook. Hovedårsaken var naturligvis for å nå flest mulig respondenter. Sett bort i fra de ovennevnte faktorene er det også grunnlag for å argumentere for at mine Facebook-venner er en relativt heterogen gruppe. Det ble også bekreftet i kommentarfeltet på Facebook at spørreskjemaet ble delt og besvart av språkbrukere på Østlandet. Dermed mener jeg at til tross for bias-risiko ved å dele den på Facebook, var det også en mulighet for å nå ut til et mest mulig heterogent, og dermed representativt utvalg. Jeg mener også at det var en av de arenaene med mulighet for størst, og mest variabelt utvalg som jeg hadde potensial til å nå innenfor de tidsrammene og ressursene som var tilgjengelig for meg under arbeidet med denne oppgaven.

Selvrapportering i undersøkelser kan naturligvis være upålitelig, men ifølge undersøkelsen er 171 respondenter under 30 år, mens de resterende 108 er over 30 år. Motivasjonen for å sortere respondentene i disse to aldersgruppene var fordi jeg mener det har relevans for variasjon i den aktuelle typen språkbruk jeg skal diskutere i oppgaven. Det viser også dataene, at for mange av verbene er det vesentlig forskjell i hvem som opplever verbene som naturlige. Yngre mennesker er mer kreative med språket og større pådrivere for språklig nyskapelse, mens språklig nyskapelse har en tendens til å forsvinne når man kommer opp i alder (Kotsinas, 1994, s. 168-169). Derfor mener jeg dette var en nødvendig sortering å gjøre for innsamlingen.

Jeg vurderte også å få respondentene til å oppgi kjønn, men landet på å ikke inkludere det i spørreskjemaet. Det er ingen grunn til å utelukke at det kan være variasjon i naturlig bruk av de aktuelle verbene mellom menn og kvinner, men grunnet omfanget av oppgaven valgte jeg å ekskludere den kategoriseringen, og kommer dermed heller ikke til å diskutere problemet i analysen.

4.1.4 Utforming

Spørreskjemaet besto av 41 spørsmål, men skulle gjerne inkludert flere for enda mer data. Det finnes ingen universell enighet om hvor lang en spørreundersøkelse bør være, men korte og enkle undersøkelser har høyere responsrate enn lange og kompliserte (Leung, 2001, s. 189). Derfor valgte jeg å kutte noen av de spørsmålene jeg hadde tenkt å inkludere, og heller sørge for en kortere undersøkelse med håp om høyere responsrate. Eksempelvis skulle jeg gjerne

spurt informantene om naturligheten av verbene i alle fem av Åfarlis (2007) rammer. Dermed ville bare den delen av undersøkelsen blitt fem spørsmål multiplisert med de tolv verbene jeg undersøker, altså 62 spørsmål. I tillegg til alt det andre jeg ønsket å spørre om ved verbene, ville en ønsket undersøkelse blitt opp mot 150 spørsmål. Det første utkastet til undersøkelsen var på ca. 60 spørsmål, og denne undersøkelsen ble testet av en medstudent som mente den var for lang, og hun antok at mange kunne bli lei av å besvare den underveis. Derfor kuttet jeg ned til ca. 40 spørsmål, og hun mente det var en mer overkommelig lengde.

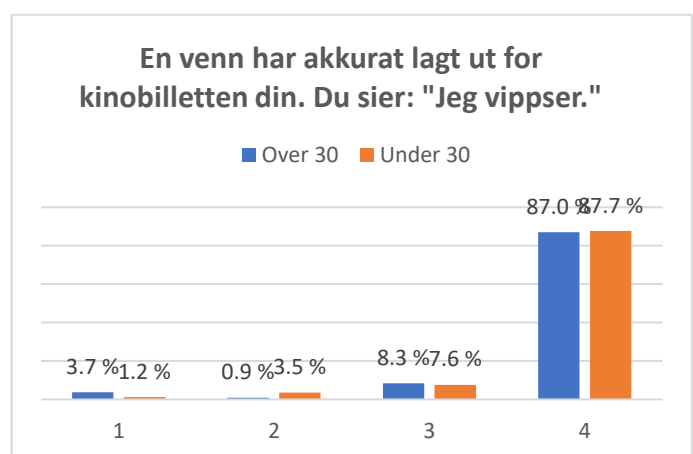
Leung (2001, s. 189) sier at det kan være hensiktsmessig å ha varierte spørsmål i en undersøkelse, fordi det kan gjøre at respondenten tenker mer på hvert spørsmål og unngår tendensen respondenter kan ha til å krysse av samme alternativ for flere spørsmål som er lik hverandre. Siden jeg undersøkte nyansert bruk av de samme verbene, innså jeg at det kunne være lite variasjon og et repetitivt preg på undersøkelsen. Derfor valgte jeg å randomisere rekkefølgen på spørsmålene, for å nettopp prøve å unngå at respondentene skulle krysse av samme tall på flere spørsmål som lignet hverandre.

Spørsmålene er utformet slik at respondenten blir presentert for en kontekst, og får et forslag til en setning som kan ytres i den sammenhengen. Dermed skal respondenten oppgi naturlighetsgrad.

4.1.5 Verktøy og håndtering av data

Jeg valgte å bruke Google Forms som verktøy for spørreskjemaet. Jeg har anvendt det verktøyet før til andre formål, og husket det som et lettvent og praktisk verktøy, og valgte derfor det, for å unngå å måtte sette meg inn i et verktøy jeg ikke hadde kjennskap til. Google Forms regnet ut statistikken for meg og la tallene inn i et regneark. Disse tallene kopierte jeg inn i Microsoft Excel som også er en programvare jeg har relativt grei kjennskap til. Der fikk jeg også sortert alderskategoriene til to søyler; en funksjon Google Forms ikke har. Dette gjorde jeg for alle spørsmålene og figurene endte opp med å se ut som Figur 1.1, der kategori 1 representerer 'helt unaturlig', og 4 'helt naturlig'.

Figur 1.1



Et slikt diagram der det er egne søyler for begge aldersgruppene, er hensiktsmessig siden mye av diskusjonen i oppgaven dreier seg om variasjon blant aldersgruppene. Alle diagrammene er å finne i vedlegg 1. Jeg har også inkludert diagrammene Google Forms genererte. Disse bruker jeg i 5.0 for å vise hvilke varianter av de ulike verbene som er mest naturlig blant alle respondentene uavhengig av aldersgruppe.

4.2 Intervju

Siden jeg også ønsker å si noe om alle disse verbene som i noe varierende grad brukes i språket vårt, har jeg intervjuet fire informanter. Johannessen (2003, s. 136) sier at det er nyttig med informanter i situasjoner der språkforskeren kjenner til språket, men intuisjonen er vaklevoren. Før gjennomføringen av metodene var jeg relativt sikker på at flere av disse verbene var i bruk, og hadde også en slags intuisjon på hva disse verbene innebar av semantiske og syntaktiske egenskaper. Denne intuisjonen var dog preget av usikkerhet og vage definisjoner. Derfor var det nødvendig å intervjuet et utvalg informanter for å danne meg et tydeligere bilde av hva alminnelige språkbrukere mente disse om disse verbene.

4.2.1 Dybdeintervju

For å kunne gå mer i dybden på bruken av de aktuelle verbene, valgte jeg å gjennomføre semistrukturert intervju, eller dybdeintervju. Hensikten med et slikt intervju er å kunne la informanten besvare mer åpne spørsmål enn hva han eller hun ville opplevd i et spørreskjema, der spørsmålene er lukkede, og har lite rom for bredere forklaring (Tjora, 2009, s. 56). Tjora (2009, s. 56-57) presiserer at dybdeintervju er en hensiktsmessig metode når man kjenner lite til det fenomenet man skal studere. Selv om jeg hadde hypoteser angående bruken av verbene jeg begynte på denne oppgaven, følte jeg at jeg ikke visste nok. Derfor mener jeg det var nødvendig å kunne gå mer i dybden, og å høre andre språkbrukeres oppfatning av bruken av disse verbene. Det er viktig å presisere at ved et slikt dybdeintervju sitter man igjen med data som er fullstendig basert på informantenes subjektivitet (Tjora, 2009, s. 57). Det var også hensikten med gjennomføringen av disse intervjuene: at jeg skulle sitte igjen med norske språkbrukeres betraktninger på bruken av disse nye verbene.

4.2.2 Utvalg

Tjora (2009, s.67) omtaler det som en hovedregel innenfor bruk av kvalitative intervjuer at man velger informanter som skal kunne uttale seg om det aktuelle temaet på en reflektert måte. Jeg vil argumentere for at nærmest hvem som helst med norsk som morsmål ville kunne uttalt seg

på en reflektert måte om bruken av verbene jeg undersøker. Derfor ble ikke det potensielle informantutvalget altfor begrenset for min del. Jeg ønsket derimot å intervju informanter i begge aldersgruppene som også var representert som faktor i spørreskjemaet. Dermed endte jeg opp med å intervju en mann og en kvinne over 30, og en mann og en kvinne under 30. Jeg kunne også valgt å kategorisere informantene etter utdanning, men siden jeg valgte å ikke inkludere den kategorien i spørreskjemaet, kommer jeg heller ikke til å innlede en diskusjon om hvorvidt verbene brukes oftere eller ikke basert på utdanning.

4.2.3 Informantene

Informant 1: Svein

Svein er en bekjent av meg som studerer på Dragvoll. Han er under 30 år, og studerer ikke språkfag.

Informant 2: Signe

Signe er også en bekjent som studerer på Dragvoll, under 30 år, studerer heller ikke språkfag.

Informant 3: Arne

Arne arbeider som realfaglærer i ungdomsskolen, og er mellom 40 og 50 år.

Informant 4: Gerd

Gerd er språklærer i ungdomsskolen, og er over 60 år gammel.

Rekrutteringen av disse informantene har hovedsakelig vært av bekjente og kolleger, som har sagt seg villig til å stille opp. Alle informantene har høyere utdanning, eller er under utdanning. For å kunne hatt et mer heterogent utvalg, skulle jeg gjerne hatt informanter uten høyere utdanning, men siden jeg ikke tror det har en veldig stor relevans, blir det ikke en del av oppgavens diskusjon. En annen grunn til at jeg oppsøkte mennesker jeg kjente fra før, er fordi Tjora (2009, s.58) argumenterer for at en avslappet og naturlig stemning er en viktig forutsetning for å lykkes med et dybdeintervju. Ved at jeg valgte informanter som kjenner meg, mener jeg at jeg i større grad hadde mulighet til å skape et intervju under trygge omstendigheter, med håp om mest mulig subjektive og oppriktige betraktninger av informantene.

4.2.4 Gjennomføring

Alle intervjuene ble gjennomført på lukkede grupperom, der jeg og informanten fikk være helt alene. Jeg oppfordret informantene om å utfolde seg, og å ikke være redd for å komme med digresjoner. Intervjuet var semistrukturert, og hadde 12 hovedspørsmål. Ett spørsmål til hvert verb som jeg ønsker å undersøke i oppgaven. I tillegg hadde jeg underspørsmål til hvert av

verbene. Hovedspørsmålene i intervjuet var strukturert slik: «Hva legger du i verbet ‘å vippse’?». På disse spørsmålene fikk informantene mulighet til å gi meg en forklaring på hva slags semantikk de tilla verbet. Deretter stilte jeg ulike spørsmål til hvert verb. Noen gjaldt argumentstruktur, noen gjaldt bruk av verb basert på alder, og noen gjaldt i hvilken sammenheng de ulike verbene brukes i (j.f vedlegg intervjuguide). Alle spørsmålene havner i kategorien Tjora (2009, s. 61) kaller refleksjonsspørsmål.

4.2.5 Lydopptak og transkribering

Alle intervjuene ble gjennomført med lydopptak, noe samtlige informanter samtykket til i forkant av intervjuene. Dette er naturligvis et helt bevisst valg fra min side. Lydopptak gir datainnsamleren en større mulighet til å følge opp informantenes betraktninger (Tjora, 2009, s. 78)

I etterkant transkriberte jeg alle intervjuene. Tjora (2009, s. 81) siterer Kvale (1997) på at det ikke finnes noen objektiv oversettelse fra muntlig til skriftlig form, og han anbefaler transkripsjon i forhold til en betraktning om nytte. Tjora (2009, s. 81) argumenter derimot for at det kan være vanskelig å skille mellom hva som er nyttig og ikke, og oppfordrer derfor til å transkribere litt mer detaljert enn man tror er nødvendig. Min transkriberingsstrategi ble en slags mellomting mellom Kvale og Tjoras oppfordringer. Jeg valgte å utelukke markering av pauser, rett og slett fordi mange av spørsmålene var utformet slik at informanten måtte tenke seg om. Det var mange pauser hos alle informantene, og dette mener jeg er et resultat av utformingen på spørsmålene, og at det ikke hadde noe for seg å markere dem i transkripsjonene. Én av informantene brukte veldig mange fraser som ‘ja’, ‘jeg vet ikke’, altså fraser som ikke hadde en meningsbærende effekt. Slike fraser valgte jeg også i stor grad å ekskludere fra transkripsjonene, siden jeg mener de ikke hadde noe relevant informasjon for min analyse av det relevante innholdet fra intervjuene. Det jeg valgte å transkribere var ytringene der informantens faktiske mening om et gitt verb ble uttrykt, og der hvor informanten uttrykte et argument for hvorfor hun eller han mente noe kunne være slik eller slik.

5.0 ANALYSE

I denne delen skal jeg analysere dataene og innlede en diskusjon om verbene jeg har undersøkt. Jeg gjentar problemstillingen min her: «*Hvor naturlige oppleves disse verbene av norske språkbrukere over og under 30 år? Hva kjennetegner de verbene som går inn i faktisk språkbruk; hvilke egenskaper og fellestrekk har de?*»

Jeg skal altså diskutere i hvilken grad verbene er i naturlig bruk i norsk språk. Denne diskusjonen vil underbygges av de kvantitative dataene jeg har samlet inn. Andre del av problemstillingen omhandler disse verbenes egenskaper. Som nevnt tidligere i avhandlingen er det flere språkvitenskapelige områder som vil bli trukket inn i diskusjonen. Det er teorien presentert i kapittel 3.1 til og med 3.6 som da vil bli relevant.

Et moment jeg ønsker å klargjøre før jeg griper fatt på analysen, er hvordan jeg terminologisk omtaler fenomenet jeg undersøker. I sitatet jeg åpner oppgaven med, omtaler Ryan (2016) det for '*verbifying*'. Med det mener han at merkevaren Google er blitt '*verbified*', altså at en verbvariant avledet av merkevaren er blitt etablert i språket vårt (Ryan, 2016). Med det mener han at merkevaren Google er blitt '*verbified*', altså at en verbvariant avledet av merkevaren er blitt etablert i språket vårt (Ryan, 2016). En direkte oversettelse til norsk vil være '*verbifisering*', og det er det begrepet jeg kommer til å bruke.

Oppbygningen av dette kapitlet er utformet etter resultatene fra spørreundersøkelsen. Jeg har delt analysen av verbene inn i tre deler, der jeg i første del foretar meg analyse av verbene som informantene oppga som mest naturlige i bruk. Deretter tar jeg i andre del for meg verbene informantene mente var litt mindre naturlige, og i siste del de fire verbene som informantene opplevde som minst naturlige. Jeg testet flere av verbene i ulike rammer og kontekster, med andre ord kan et verb som fikk høyt utslag av naturlighet i en setning fått mindre utslag i en annen setning. Derfor har jeg kategorisert dem ut ifra den setningen flest informanter oppga '*helt naturlig*' som svar. Et moment jeg ønsker å understreke er at verdien verbene har fått er basert på naturligheten i en kontekst jeg har konstruert. Det vil si at under andre kontekster kunne muligens andre verb fått andre utslag. Jeg forsøkte å konstruere kontekster som jeg oppfattet som naturlige for å sikre et mest mulig troverdig resultat. Om jeg har lyktes med kan jeg ikke garantere, men det er viktig å være klar over at disse resultatene kunne vært annerledes i andre kontekster.

Kategori 1 – 5.2

Kategori 2 – 5.3

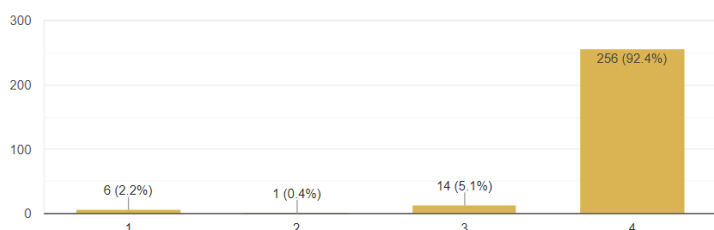
Kategori 3 – 5.4

Figur A	Å vippse ^A	92,4%	Å facetime ^A	56,5%	Å tindre ^A	16,6%
	Å google ^A	89,9%	Å tvitre ^{A-E}	30,4%	Å youtube ^{A-E}	14,9%
	Å skype ^A	75,6%	Å podcaste ^{A-E}	23,2%	Å instagramme ^{A-E}	10,5%
	Å snappe ^A	74,2%	Å jodle ^{A-E}	18,2%	Å facebooke ^{A-E}	1,1%
	(Figur B-E)		(Figur F-I)		(Figur J-M)	

Figur B

En venn har akkurat lagt ut for kinobilletten din. Du sier: "Jeg vippser deg."

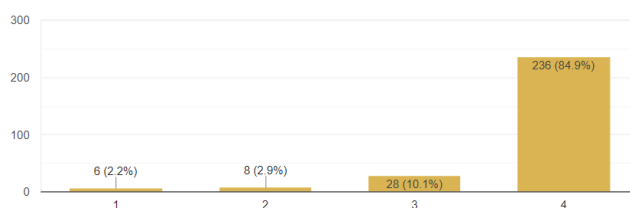
277 responses



Figur C

Du sitter på datamaskinen og bruker "Google". En venn av deg spør deg om hva du gjør. Du sier "Jeg googler."

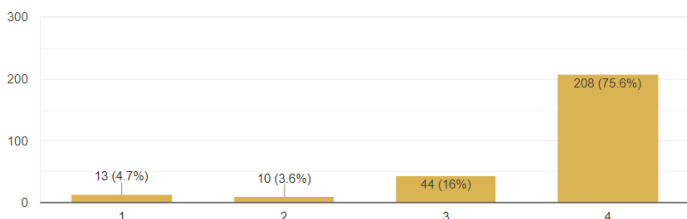
278 responses



Figur D

Du sitter på kontoret og bruker "Skype". En kollega kommer inn på kontoret og lurer på hva du driver med. Du sier: "Jeg skyper."

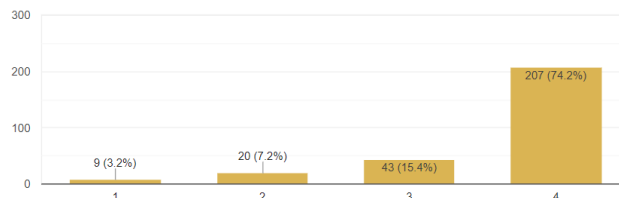
275 responses



Figur E

Du sitter i sofaen og sender rare bilder gjennom "Snapchat" til en venn. En person kommer inn i rommet og spør hva du gjør. Du sier: "Jeg snapper."

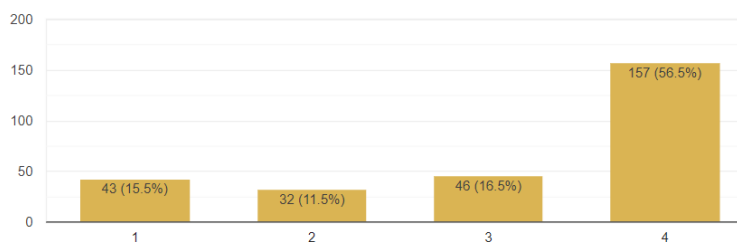
279 responses



Figur F

Du sitter på kontoret og bruker "FaceTime". En kollega kommer inn på kontoret og lurer på hva du driver med. Du sier: "Jeg facetimer."

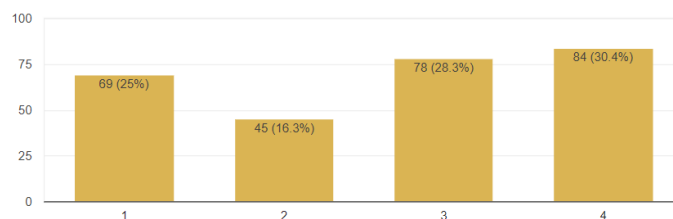
278 responses



Figur G

Du har akkurat sett en post på Twitter av Donald Trump. En venn av deg spør deg om hva du ser på. Du svarer: "En tweet Trump tvitret."

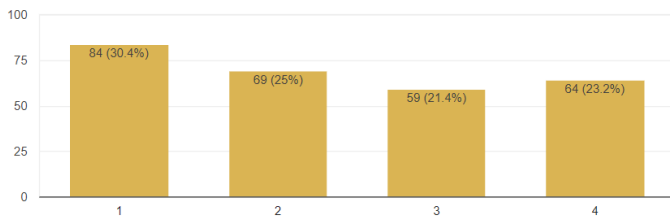
276 responses



Figur H

Helene har gjort det veldig bra med en Podcast i det siste, og har over tusen lyttere. En venn av deg spør deg om hva Helene gjør for tiden. Du svarer: "Hun podcaster, blant annet."

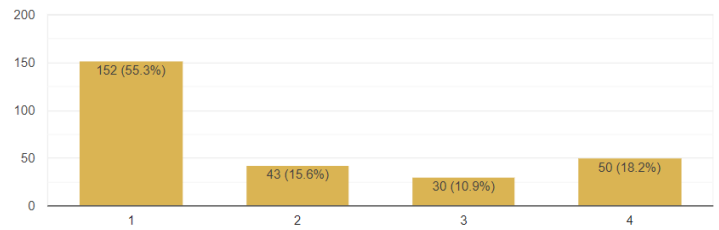
276 responses



Figur I

Du sitter i sofaen og bruker "Jodel". En venn av deg spør hva du gjør. Du sier: "Jeg jodler."

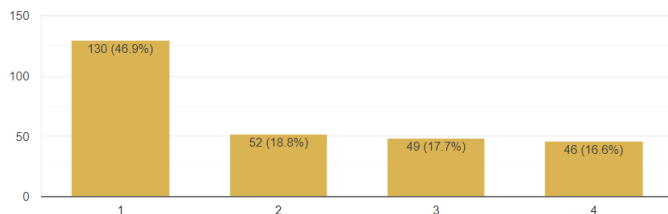
275 responses



Figur J

Lillebroren din sitter ofte med mobilen og bruker "Tinder". En venn av deg spør deg om hva lillebroren din egentlig driver med for tiden. Du sier: "Han tindrer mye for tiden."

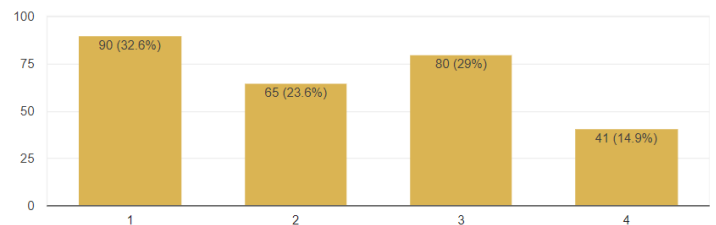
277 responses



Figur K

Terje har over en million følgere på Youtube, og tjener greit med penger på det. En venn av deg spør deg om hva Terje driver med for tiden. Du svarer: "Han youtuber, blant annet."

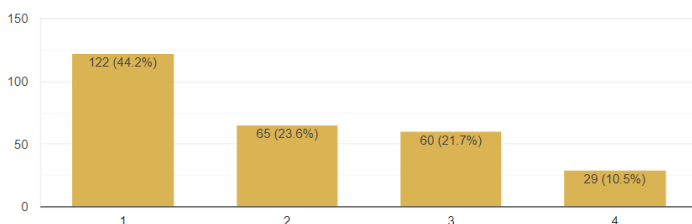
276 responses



Figur L

Helene har gjort det veldig bra på "Instagram" i det siste, og har tjent masse penger gjennom sponsorer. En venn av deg spør deg om hva Helene gjør for tiden. Du sier: "Hun instagrammer mye."

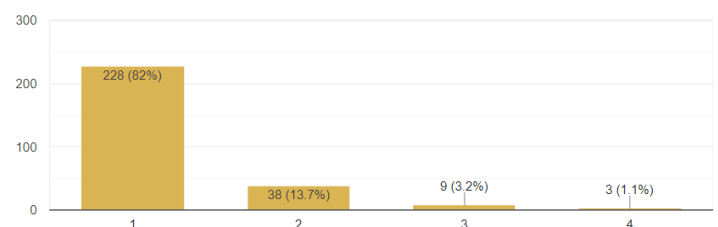
276 responses



Figur M

Du har akkurat tatt kontakt med en person på Facebook. En venn av deg spør deg om hva du gjør. Du svarer: "Jeg facebooker en venn."

278 responses



5.1 Agens-verb versus agens-experiencer-verb

Før jeg begynner på analysen vil jeg gi en redegjørelse for min distinksjon mellom agens-verb og agens-experiencer-verb. I *Figur A* har jeg gitt hvert verb markøren A eller A-E. Disse markerer om verbene er det jeg kommer til å omtale som agens-verb eller agens-experiencer-verb. Agens-verb er verb jeg mener kun ha en agens-rolle, og ikke en experiencer-rolle. Agentrollen er en tematisk rolle der enheten utfører en handling av fri vilje (Saeed, 2016, s.150). Når disse verbene brukes innebærer da agens-rollen disse egenskapene: frivillig involvering i en handling, perspesjon og/eller sansning og årsak til forandring hos en annen involvert enhet.

Dette er tre av proto-agentens roller ifølge Dowty (1991, s. 572). En fjerde egenskap er forflytning. For noen av verbene kan jeg også argumentere for forflytning, som er Downtys (1991, s. 572) forslag til en fjerde egenskap ved proto-agentens rolle. Når man vippser penger forflyttes de til en annen konto, og når man snapper sendes et bilde fra en digital enhet til en annen. Det er en form for digital forflytning.

Agens-experiencer-verb er verb som også innehar prototype-rollene som agens-verbene. Det som skiller seg ut med agens-experiencer-verbene, er at verbene kan oppleves som tvetydige. Dette gjelder de seks av verbene jeg undersøkte: å youtube, å instagramme, å jodle, å podcaste, å tweete/tvitte og å facebooke. Disse verbene kan ha en agens-rolle like fullt som agens-verbene, men de kan også ha en agensrolle som innebærer færre av egenskapene Dowty mener proto-agensrollen kan ha (1991, s. 572). De kan være verb som innebærer at agens-rollen ikke er årsak til en forandring eller forflytning av en annen involvert enhet. Eksempelvis verbet å youtube: når en person youtuber, driver han og laster opp materiale på Youtube, eller besøker han nettstedet for å betrakte videoer på Youtube? I sistnevnte tilfelle vil den tematiske rollen verbet impliserer i større grad være en experiencer, altså at enheten er bevisst over egenskapene til predikatet, men ikke er involvert noen form for forandring av status eller forflytning av patiensrollen. Agens-experiencer-verb er altså verb som kan ha to ulike betydninger med det samme homonyme verbet. Og for ordens skyld presiserer jeg at jeg med termen agens-experiencer ikke hevder at verbet kan ha begge rollene samtidig, men at verbene kan ha begge rollene i ulike kontekster.

Et interessant funn jeg mener å ha gjort er at de verbene som i størst grad oppleves som naturlig for informantene, er rene agens-verb. Agens-experiencer-verbene oppgis som jevnt over mindre naturlig enn agens-verbene (se figur A).

5.2 Kategori 1

Disse fire verbene er de som ifølge spørreskjemaet oppleves som mest naturlig blant informantene (j.f. Figur A).

5.2.1 Å vippse

I spørreskjemaet testet jeg mange ulike setninger fordi jeg ville undersøke hvor naturlig dette verbet oppleves for språkbrukere i forskjellige strukturer. Jeg testet disse fire setningene der konteksten var at en venn hadde lagt ut for kinobilletten din:

(29) Jeg vippser (figur 1.1)

- (30) Jeg vippser deg (figur 1.2)
- (31) Jeg vippser deg 150 (figur 1.3)
- (32) Jeg vippser 150 (figur 1.4)

Over 80% av alle respondentene opplevde alle disse setningene som helt naturlig. Det tyder på at dette er et verb som har fått relativt stødig fotfeste i språket. Vipps ble etablert juni 2015, og hadde om lag 2 millioner brukere etter to år (Gram, 2018). Denne appen ble vokste seg stor på kort tid, og fylte muligens en funksjon som samfunnet etterspurte. Informant Svein sier følgende om hvorfor verbet oppleves som naturlig: «For det første tror jeg det er fordi det er blitt brukt mye. For det andre så tror jeg det kan ha å gjøre med at Vipps dekket et, altså dekket et behov da, som mange trengte, altså dette med å kunne overføre penger fort og uten å være via nettbanken, og bare kunne gjøre via en app.» (Informant 1)

Informant 4 sier følgende: «Fordi at det kanskje er en tjeneste som ikke har vært så lett tilgjengelig før? Nå har alle en smarttelefon, det er enkelt å legge til appen Vipps, og det gjør at man enkelt kan gjøre opp ting man skylder folk» (Informant 4).

Disse utsagnene støtter også hypotesen jeg hadde om verbifisering av denne appen. Vipps har blitt en betalingstjeneste som brukes av mange, og som i tillegg har blitt massivt markedsført av DnB. Folkene bak appen vant til og med en pris for beste markedsføring i 2015 (Nyman, 2015). I sin markedsføring har også folkene bak appen verbifisert navnet i sin egen app, j.f Figur N:

Figur N



Her ser vi at verbet brukes i selve appen, og det er naturligvis grunn til å tro at det har forsterket verbifiseringen av merkevaren.

Som nevnt innledningsvis i 5.2.1, opplevde over 80% av respondentene setning (29) til (32) som helt naturlig. Det er ganske interessant med tanke på at verbet semantisk sett er et transaksjonsverb. Når en person vippser, innebærer det at vedkommende overfører en gitt pengesum til en annen person. Det er altså en agens-rolle som utfører en frivillig handling som endrer benefaktorens status, og det er med andre ord tre roller involvert: en avsender, det som blir sendt, og den som mottar. For andre transaksjonsverb som sende, overføre argumenterer jeg for at det er mindre fleksibelt. Se disse to setningene:

- (33) Jeg sender.
(34) Jeg vippser.

Dersom ytret ut av det blå i en kontekstløs situasjon, er det klart at (33) vil oppleves som mer unaturlig (for de som har kjennskap til appen, vel å merke). Grunnen til dette ligger i verbets leksikalsk-semantiske egenskaper. For de som kjenner appen Vipps, er det ingen tvil om hva som vippses dersom (34) ytres. Det er utvilsomt penger som er pasienten. Vedkommende som mottar ytringen vil også anta at det er en benefaktor, men hvem det er blir ikke avslørt. At det er en benefaktor-rolle ville også vært åpenbart for (33), siden det også er et transaksjonsverb som krever en benefaktor-rolle for at det skal gi mening. Forskjellen er objektsrollen. Verbet 'å vippse' har en klar leksikalsk-semantisk egenskap som er utvetydig. Det er aldri noe annet enn penger som påvirkes av handlingen, og kan derfor uttrykkes som et rheme-objekt, eller opptre i en objektsløs setning (Prytz, 2016, s. 15). Dette kommer veldig tydelig til uttrykk i setning (30). I den setningen realiseres kun agens-rollen og benefaktor-rollen, mens pasient-rollen er utelatt. Med et annet transaksjonsverb ville det gitt en meget merkelig setning:

- (35) Jeg sender deg ?

Setningen er merkelig, fordi dersom den ytres ut av det blå, er det vanskelig å få tak i hva som blir forsøkt formidlet. Er 'deg' pasient eller benefaktor? Og dersom 'deg' er benefaktiv, hva er pasient? Disse spørsmålene stilles ikke dersom setning (30) ytres ut av det blå. Siden mottakeren har kjennskap til verbets leksikalsk-semantiske egenskaper, behøver ikke avsenderen av budskapet å ytre objektet i setningen. Pustejovsky (1995, s.64) kaller slike argumenter for skyggeargumenter, fordi de ikke trenger å realiseres i syntaksen for å gi setningen mening. Det som mottaker derimot ikke mottar informasjon om, er summen som blir overført. Derfor kan det være nødvendig å ytre en setning som (31) eller (32). I disse setningene er summen '150' realisert som objekt, fordi det tilføyer informasjon om skyggeargumentet.

Jeg testet også verbet i den transitiv-resultative rammen (Åfarli, 2007, s. 5):

- (36) Jeg vippset Terje ut av gjelda. (Figur 1.7).

For denne setningen var respondentene veldig spredt. Det var cirka en fjerdedel av alle respondentene på alle svaralternativene. Altså mente over 20% av respondentene at dette er en helt naturlig ytring. Denne setningen viser at selv om verbet innehar leksikalsk-semantiske egenskaper som gjør verbet fleksibelt i syntaksen, kan det også brukes i denne rammen der argumentstrukturen ser helt annerledes ut. I (36) fungerer Terje som en pasient for handlingen.

Dette til tross for at jeg argumenterer for at patiens-rollen verbet deler ut kun er penger. I (36) forandres statusen til argumentet som er Terje, og det er handlingen agensen utfører som sørger for den resultative endringen patiens gjennomgår. Med dette vil jeg poengtere at jeg ikke konkluderer med at verbets leksikalsk-semantiske egenskaper er de eneste forutsetningene for hvordan argumentstrukturen til verbet realiseres i syntaksen. Denne setningen er altså et eksempel på at vi ikke umiddelbart må trekke konklusjoner om at det er en rigid sammenheng mellom semantikk og syntaks (Goldberg, 1995, s. 7).

Jeg testet også verbet 'å vippse' i ergativ form, og nomen agentis-formen av verbet. Dette gjorde jeg med kun noen av verbene (se 4.1.4 for diskusjon om utforming og omfang av spørreskjema), grunnet omfanget på undersøkelsen.

- (37) Det vippset en mann på bussen i går. (Figur 1.6)
- (38) Det kom en mann på bussen og betalte med Vipps. (Figur 1.5)
- (39) Terje er virkelig en vippser. (Figur 1.10)

Omkring halvparten oppga at (37) er helt unaturlig, mens 8-12% oppga at det er helt naturlig. Nesten 80% oppga naturlig eller helt naturlig på (38). Setningene har tilnærmet samme betydning, men hadde stor forskjell informantenes oppfatning av naturlighet. Det tyder på at verbet ikke brukes ergativt.

Setning (39) fikk heller ikke særlig høye tall på naturlighetsskalaen. Omring 75% oppga den som unaturlig eller helt unaturlig. Jeg ønsket å undersøke nomen agentis for verbene nøyere, og hadde derfor med spørsmål om dem i intervjuene. Gerd mente det er fordi vi gjør det så sjeldent at vi ikke trenger ordet (Informant 4). Mens Signe mener at siden «alle» vippser, at det ikke har noen hensikt å kalle noen for en vippser (Informant 2). Og Arne sier at vi er så mye mer enn 'vippser' (Informant 3). Dette støtter også hypotesen jeg hadde om nomen agentis av verbet. Vipps er såpass vanlig blant folk, men er ikke et kjennetegn ved en person, og det oppleves dermed unaturlig å kalle noen 'en vippser'. Utslagene på nomen agentis av 'å snappe', 'å youtube', og 'å instagramme' var høyere, og videre diskusjon om nomen agentis vil bli gjenopptatt i delkapitlene om disse verbene.

5.2.2 Å snappe

Snapchat ble lansert i 2011, og hadde i 2015 2,5 millioner norske brukere (Hartvig Abrahamsen, 2015). 'Å snappe' var et verb jeg regnet med skulle få høyt utslag av naturlighet på skalaen hos

informantene, og det vil jeg også si at det fikk. I den gitte konteksten mente 82% av de under 30, og 62% av de over 30 at setning (40) var helt naturlig:

(40) Jeg snapper. (figur 2.1)

At det er forskjell i følelse av naturlighet mellom aldersgruppene for dette verbet var ingen overraskelse. Jeg antar at det er et relativt stort flertall av unge som benytter seg ofte av appen, og derfor også da benytter seg av verbet. Informantene er enige, selv om både Svein og Signe poengterer at Snapchat sannsynligvis er utbredt også blant folk over 30 (Informant 1 og 2). Se videre diskusjon i kapittel 5.5 om språkforandring

Dette er et verb der agens-rollen utfører en tydelig handling, ved å sende et bilde eller en melding til en mottaker gjennom appen Snapchat. Setning (40) fikk mye høyere verdi på naturlighet enn de følgende setningene:

(41) Jeg snapper rare bilder. (figur 2.2)

(42) Jeg snapper en venn rare bilder. (figur 2.3)

Disse to setningene var det bare mellom 30% og 40% av respondentene som mente var helt naturlige. Den intransitive rammen fikk altså høyest score på naturlighet. Dette kan muligens forklares med at det oppleves mer unaturlig når skyggeargumentet realiseres i syntaksen, selv om (41) tilføyer tilleggsinformasjon om objektet. Jeg skulle gjerne også testet denne setningen:

(43) Jeg snapper en venn.

Denne setningen ville kanskje fått høyere utslag av naturlighet enn (42) og (41), i likhet med setning (30): «*Jeg vipper deg.*». At det er et bilde som snappes er innbakt i verbets leksikalsk-semantiske egenskaper, og det oppleves kanskje som mer unaturlig at det realiseres, enn at det ikke gjør det i syntaksen. Jeg mener det er liten grunn til å anta at noen som har kjennskap til appen ville tolket 'en venn' som patiens i (43).

Samtidig er det viktig å presisere at man også kan sende skriftlige beskjer gjennom Snapchat, og at det derfor kan være grunn til å anta at objektet 'melding' kanskje hadde fått høyere utslag av naturlighet enn 'rare bilder'. Siden jeg ikke testet setningene blant respondentene skal jeg ikke spekulere for mye i hvilken type objekt som oppleves som mest naturlig blant språkbrukere. Jeg mener det er legitim grunn til å anta at 'bilder' er det argumentet som oppleves som mest naturlig siden Snapchats originale funksjon var transaksjoner av bilder. Derfor argumenterer jeg for at 'bilde' er det beste kandidaten for rheme-objekt. Nå skal jeg

derimot drøfte hvorfor det er problematisk å automatisk anta at verbifiserte apper har rheme-objekter.

Jeg mener verbet 'å snappe' illustrerer godt hvorfor nye 'digitale' verb kan være problematiske når det gjelder tematiske roller og argumentstruktur. Pustejovsky (1995, s. 64) ville omtalt 'bilder' som et skyggeargument for verbet, siden objektet ligger inkorporert i verbets semantiske egenskaper. Prytz (2016, s. 15) ville kanskje omtalt det som et rheme-objekt. Det er en klar distinksjon mellom skyggeargument og rheme-objekt, siden skyggeargumenter kan skape unaturlige, eller kanskje til og med ugrammatikalske setninger som (20). Rheme-objekter er ifølge Prytz (2016, s. 15) implisitte objekter som *kan* realiseres i syntaksen, men at det er valgfritt. Jeg mener det oppstår et problem med verb som 'å snappe', siden det er verbifisert av en app som har opptil flere ulike funksjoner. Gjelder det snapping av bilder, meldinger eller filmer? Gjelder det å legge ut noe på sin egen MyStory? Snapchat har flere ulike funksjoner som gjør at det kan oppleves som uklart om hva som er objektet i en setning som (40). Storparten av respondentene opplevde setningen som naturlig, men de ble også presentert for en kontekst. Dersom person A hadde ytret setning (40) ut av det blå, mener jeg mottaker B ville antatt at det var bilder som ble snapped, men at mottaker B også ville vært i noe tvil om hva som faktisk foregikk. Prytz (2016, s. 13) bruker eksemplet «*Sally leste*», for å illustrere at rheme-objektet er valgfritt, fordi det er implisitt at det er en form for tekst som leses. Med apper som har opptil flere funksjoner, som Snapchat, mener jeg at man ikke kan konkludere med at verbet har et klart rheme-objekt. Med appen Vipps derimot blir det noe helt annet grunnet appens begrensede handlingsrom. Denne problematikken omkring realisering av objekt, og hva objektet faktisk er i leksikalsk-semantisk forstand er noe jeg mener er gjennomgående for verbene som er avledet av digitale merkevarer. Apper har ofte flere ulike funksjoner og bruksområder som gjør det vanskelig for mottaker å nøyaktig avkode en ytring dersom objektet ikke realiseres. Denne problematikken blir enda mer innfløkt når jeg skal diskutere agens-experiencer-verbene, men vil også gjelde flere av agens-verbene.

5.2.3 Å google

Informantene mine oppgir at 'å google' for dem er å sjekke ut noe gjennom Googles søkemotor (informant 1 og 2), eller å søke etter informasjon gjennom søkemotoren (3 og 4). Det er rimelig å anta at det er det de fleste assosierer med verbet. I introduksjonen av denne avhandlingen snakker jeg en del om verbet 'å google'. Sitatet jeg åpnet med mener jeg er uhyre interessant fordi Ryan (2016) poengterer at å google er så mye mer enn bare å søke. Hun beskriver verbet med andre verb som undersøke, validere, informere, underholde, bekrefte, overbevise. Det

Ryan (2016) er inne på med sine betraktninger i dette sitatet, er noe av det jeg hevder er essensielt med verb som avledes av digitale tjenester. Digitale apper og tjenester har den unike egenskapen at de stadig kan forandres. Som jeg diskuterte i forrige delkapittel om Snapchat: originalt sett var det kun transaksjon av bilder som var mulig. Etter hvert som appen utviklet seg, kunne man også sende videosnutter og tekstmeldinger. Denne dynamiske utviklingen av digitale plattformer er utvilsomt en faktor som må vurderes dersom man studerer språk som avledes fra dem. Stadige tilføyinger av nye funksjoner og oppdateringer gjør at leksikalsk-semanticke egenskaper ved verb kan endre seg. For appen Vipps tyder ikke noe på at dette er en problemstilling, mens for Snapchat er de tematiske rollene mer utydelige.

For verbet 'å google' testet jeg to ulike setninger:

(44) Jeg googler. (figur 10.1)

(45) Jeg googler noe. (figur 10.2)

(44) ble oppgitt som helt naturlig av 79,8% av de over 30 og 88,3% av de under 30. (45) ble oppgitt som helt naturlig av noen flere, 87,9% av de over 30 og 91,2% av de under 30. Det er tydeligvis et verb som folk mener er naturlig, og det ser ut til at det er naturlig å bruke det både i en intransitiv og en transitiv ramme. Dersom vi analyserer verbet leksikalsk, er det et transitivt verb som deler ut to theta-roller. Det må være en agens, og det må være en patiens. Spørsmålet for dette verbet er hva som er patiens? Hva er det som faktisk googles? Dette diskuterer også Ryan (2016). Det er tilsynelatende mange formål med handlingen 'å google', og det kan argumenteres for at mye kan 'googles', for eksempel bilder eller videoer. I min analyse tar jeg utgangspunkt i et vanlig Google-søk som foregår i Googles søkemotor. Handlingen kan beskrives så enkelt som at agenten skriver inn en selvvalgt tekst og trykker 'søk'. Rent praktisk er det det som foregår. Derfor vil jeg anta at det oppleves som såpass naturlig for folk at jeg brukte det ubestemte pronomenet noe, siden all tekst mellom himmel og jord i prinsippet kan googles. Jeg skulle gjerne også testet disse setningene:

(46) Jeg googler andre verdenskrig.

(47) Jeg googler teksten «andre verdenskrig».

Min antakelse for disse setningene er at (47) ville oppleves som betydelig mer unaturlig enn (46), siden det er implisitt at agens-rollen utfører handlingen som er å skrive teksten inn i Googles søkemotor.

(48) Jeg googler en tekst.

(49) Jeg leser en tekst.

Hva med disse /48) og (49)? Rent strukturelt er de like, men min språklige intuisjon sier at de fleste språkbrukere ville oppfattet (49) som mest naturlig av de to. I begge setningene kan man si at ‘en tekst’ er et skyggeargument, som ikke behøves å ytres, siden verbenes leksikalsk-semanticke egenskaper impliserer det. Mitt argument her er at ‘tekst’ som knyttes til verbet ‘å lese’ har et større mangfold av mulige tekster, som aviser, bøker, tidsskrifter etc., mens ‘tekst’ som skrives inn i Googles søkemotor vanligvis er korte søkeord, og ytterst sjelden, eller til og med aldri lengre tekst som ligner størrelsen på en avisartikkel. Det jeg forsøker å argumentere for her, er at det er Googles funksjon som setter begrensning for hva pasienten kan være. Pasient er alltid en tekst, og er derfor et skyggeargument, og ikke et rheme-objekt. Dersom verbet ‘google’ skal ha en annen pasient enn pronomenene ‘noe’ eller ‘noen’, må det være informasjon om selve innholdet i hva som googles, for eksempel slik:

(50) Jeg googler [*teksten*] Jens Stoltenberg

Siden det aldri er noe annet enn en tekst som kan plasseres i Googles søkelinje, vil det alltid være implisitt at det er en tekst som googles, og at alle som da har kjennskap til verbet aksepterer at det leksikalske objektet i setningen er en tekst, og ikke den faktiske enheten som ytres.

5.2.4 Å skype

Alle informantene mine hadde kjennskap til Skype, og 75,6% av respondentene oppga verbet som helt naturlig i intransitiv form (figur D). Skype nådde 100 millioner registrerte brukere i 2006 (Ulseth, 2012), og verbet ser ut til å være nokså greit etablert i norsk. Et interessant funn jeg har gjort for dette verbet er hvordan språkbrukere opplever dette verbet som naturlig med to ulike pasienter.

(51) Jeg skyper en samtale (figur 3.2)

(52) Jeg skyper en venn (figur 3.3)

(53) Jeg skyper en venn en samtale (figur 3.4)

Av disse tre setningene var det (52) som hadde høyest verdi. 44,4% av de over 30 og 53,8% oppga den setningen som helt naturlig. 23,1% og 6,5% oppga (51) som naturlig. Og enda færre oppga (53) som helt naturlig. Informant Signe hadde følgende forklaring på hvorfor ‘en samtale’ ikke var et godt valg av argument i denne setningen: «...*jeg tenker kanskje at å skype en samtale er kanskje smør på flesk da, du sier på en måte at du ringer to ganger. Det å ha en samtale, jeg føler at innbakt i ordet skype ligger det at du har en samtale.*» (Informant 2). Signe

argumenterer for at samtalen ligger innbakt i verbet. Det er et argument jeg er enig i. Svein er også enig i det, og sier følgende i intervjuet når jeg spør ham om bruk av setning (51): «*For meg blir det å si å skype en samtale, altså det blir litt smør på flesk. Å skype en venn, det tilsier jo at du da bruker en telefonsamtale eller en videosamtale og kontakter en venn...*» (Informant 1). Svein bekrefter at for ham ligger det i verbet at det er en samtale. Skype som verb har leksikalsk-semantiske egenskaper som impliserer samtale, og ikke mye annet. Det kan være en samtale med mikrofon og video, og det kan også utveksles skriftlige beskjeder gjennom tjenesten. Det er disse funksjonene brukerne har kjennskap til, og derfor tyder det på at 'en samtale' er et skyggeargument som ikke artikuleres med naturlighet i syntaksen.

Dette konseptet er en videreføring av telefonsamtale, der vi i norsk bruker verbet 'å ringe'. Min språklige intuisjon sier at en setning som «Jeg ringer en samtale», er unaturlig, kanskje til og med ugrammatisk, og at en setning som «jeg ringer en venn» er mer naturlig. Svein sammenligner det 'å skype' med å ha en telefonsamtale. Derfor mener jeg det ikke er urimelig å si at verbet 'å skype' konseptuelt er en videreføring av verbet 'å ringe'.

Jeg testet også dette verbet ergativt og som nomen agentis. Ergativ form viste seg å ikke være særlig naturlig for respondentene. 68-72% av respondentene oppga setningen som helt unaturlig (figur 3.5). Som nomen agentis var det ca. en fjerdedel fordelt på de fire naturlighetsgradene (figur 3.6)

5.2.5 Kategori 1: sammenfatning

Ovenfor har jeg drøftet de fire verbene som respondentene oppga som mest naturlig. Da er spørsmålet om det kan være noen fellestrekk mellom dem. Jeg mener verbene har flere fellesnevnerer som er interessante. Den første slutningen jeg trekker angående disse verbene gjelder størrelse på brukerantall. I drøftingen av verbene har jeg oppgitt noen tall for antall brukere av tjenestene. I det hele tatt var det vanskelig å finne statistikk over norske brukere av tjenestene. Til tross for det viser tallene jeg har funnet, samt noen hurtige internettsøk at disse fire digitale tjenestene er store og velkjente. Det er neppe en tilfeldighet at de fire mest naturlige verbene stammer fra digitale tjenester som språkbrukerne kjenner til, og ikke minst bruker selv.

Det andre fellestrekket mellom verbene er noe jeg ikke nødvendigvis hadde antatt på forhånd. Det var et funn som ble tydelig da jeg fikk samlet dataene og lagt dem inn i diagrammer. Jeg testet verbene i like kontekster, men med flere ulike syntaktiske rammer, og med ulike argumenter som semantisk kunne knyttes til bruken av tjenestene. Det dataene mine viser er at med unntak av 'å vippse', ble alle av disse verbene oppgitt som mest naturlig i intransitiv

ramme. Det er riktignok flere av rammene som også fikk høye verdier, men det er uansett interessant at tre av verbene fikk høyest verdi i intransitiv ramme. Dette funnet underbygger en hypotese jeg hadde om disse verbene allerede i tidligste stadium av oppgaven. Hypotesen min var at disse verbene inneholdt såpass mye leksikalsk informasjon at de var 'fleksible' i syntaksen. Dersom man sammenligner de intransitive setningene med setninger som inneholder verb som konseptuelt ligner, er det tydelig at de verbifiserte verbene bringer mer informasjon enn de andre verbene.

- | | | |
|------|--------------|---------------------------|
| (54) | Jeg vipper. | Jeg sender/jeg overfører. |
| (55) | Jeg snapper. | Jeg sender. |
| (56) | Jeg googler. | Jeg søker. |
| (57) | Jeg skyper. | Jeg ringer. |

I en kontekstløs situasjon ville verbene i setningene til venstre vært mer informasjonsbringende for mottakeren (med forutsetning om at mottaker kjenner til appen eller tjenesten). Verbene har altså tilsynelatende leksikalsk-semantiske egenskaper som gjør at de oppleves som naturlige i den intransitive rammen.

I drøftingen av de ulike verbene har jeg også lagt mye vekt på problematikken knyttet til patiens i setningene. Dette er også en grunn til at jeg tror folk oppfatter de intransitive setningene som mer naturlige. Jeg argumenterte blant annet under 5.2.2 at tendensen digitale tjenester har til å endre brukergrensesnitt og tilskudd av nye funksjoner gjør at det kan være forvirrende for språkbrukeren å bruke verbet i transitiv og intransitiv ramme. Det er også grunnen til at jeg tror verbet 'å vippe' fikk høyere verdi i transitiv ramme. Jeg kommenterte i 5.2.1 at funksjonene til Vipps er begrenset, det er aldri noe annet enn penger som 'vippes'. Derfor tror jeg at dette verbet fikk høyere verdi i en annen ramme enn transitiv, nettopp fordi rheme-objektet til dette verbet er mer åpenbart, i motsetning til de andre verbene, der det er flere ord som konseptuelt kan fungere som patiens.

Det tredje fellestrekket underbygger enda en hypotese jeg hadde før arbeidet med oppgaven. Disse fire verbene er alle agens-verb. Hypotesen min før oppgaven var at de verbene som var mest brukt blant språkbrukere var verb der det ikke er mulig tvetydighet i hvilken rolle subjektet i setningen har. For alle disse verbene tyder lite på at subjektet kan antas å ha en experiencerolle.

Jeg testet også tre av disse verbene som nomen agentis. Ingen av dem fikk veldig høy score, men 'en snapper' ble rangert som det mest naturlige, etterfulgt av 'en skyper', og til sist 'en

vippser' (figur 1.10, 2.4, 3.6). Arne sier følgende om det å være en vippser «*Fordi at å være en vippser er jo bare en bitte liten, det er noe du gjør, og det tar tyve sekunder å vippse til en annen person. Så man trenger ikke noe spesielt ord for at man er en vippser.*» (Informant 3). Mens for det å kalle noen for en snapper sier han følgende: «*Da tenker jeg at Snapchat er noe man bruker oftere og mere regelmessig enn Vipps.*» (Informant 3). Snapchat er en digital tjeneste som brukes hyppigere og oftere ifølge Arne, og at det derfor i større grad oppleves som naturlig å bruke verbet som nomen agentis. En antakelse jeg hadde var at agens-experiencer-verb ofte oppleves som mer naturlige i nomen agentis-form, grunnet statusen brukere kan oppnå gjennom noen av de utvalgte agens-experiencer-verbene jeg har undersøkt. Den diskusjonen gjenopptas i kapittel 5.4.

Jeg testet også verbene 'å vippse' og 'å skype' i ergativ form. Resultatene viser at språkbrukerne ikke opplever det som naturlig å bruke disse verbene ergativt.

5.3 Kategori 2

Her skal jeg drøfte de fire av de verbene som ble oppgitt som mindre naturlig blant respondentene (se figur A).

5.3.1 Å facetime

'Å facetime' er et verb jeg hadde observert i forkant av oppgaven. Konseptuelt har det fellestrekk med Skype, men jeg antok at det ikke var like vanlig som 'å skype'. Ifølge mange av mine respondenter er dette derimot et naturlig verb. Kun 15,5% oppga det som helt unaturlig, mens 56,5% oppga det som helt naturlig (figur F). Dette tyder på at Facetime er en tjeneste som mange kjenner til, og som også har blitt verbifisert i noe grad. Dataene fra spørreskjemaet viser også at det er ganske tydelig forskjell på bruken av dette verbet når det gjelder alder. 69,6% av de under 30 oppgir verbet som helt naturlig, mens kun 34,9% av de over 30 oppgir det som helt naturlig. Antakelsen min om at eldre språkbrukere ikke har like stor kjennskap til denne tjenesten støttes også av informantene. Arne sier: «*Jeg tror det er fordi de ikke vet at funksjonen finnes på Facebook*» (Informant 3), mens Gerd sier: «*Det tenker jeg er fordi vi ikke bruker det så mye, at det er naturlig for dem under 30 å bruke Facetime...*» (Informant 4). Jeg testet også setningen i transitiv ramme med 'en venn' som argument. Den setningen fikk noe svakere verdier enn den intransitive rammen (figur 4.2). Det er altså fellestrekk mellom dette verbet og 'å skype', både konseptuelt, og hvordan det oppleves naturlig i de ulike rammene.

5.3.2 Å tvitre/å tweete

Tjenesten Twitter hadde 288 millioner aktive brukere i 2015 (Jackson, 2018). Det er altså en stor digital tjeneste som benyttes av mange. 30,4% av respondentene oppga helt naturlig bruk av verbet 'å tvitre' (figur G). Siden jeg har observert to former av dette verbet, 'å tweete' og 'å tvitre', valgte jeg å teste begge to i helt like setninger. De hadde nesten de samme verdiene, men 'å tvitre' hadde noe høyere verdier (Figur 11.1 og 11.2)

Dette er det første agens-experiencer-verbet på listen, med andre ord det mest naturlige agens-experiencer-verbet, ifølge respondentene. På Twitter kan subjektet inneha en agens-rolle der man deler materiale, eller en experiencer-rolle der man leser andres materiale. Informantene sier følgende om hva dette verbet innebærer: «*Det er når du skriver kommentarer eller legger ut innlegg på Twitter.*» (Informant 2). «*Hvis du tvitrer da har du lag ut innlegg på Twitter.*» (Informant 4). Begge informantene oppgir at verbet innebærer å legge ut materiale selv. De to andre informantene oppgir også lignende svar. Det er altså ingen av dem som sier at verbet innebærer å være passiv tilskuer. Min hypotese for agens-experiencer-verb var at den mest naturlige måten å bruke verbene på var der subjektet har en tydelig agens-rolle, med den egenskapen Dowty (1991, s. 572) beskriver som årsak til en forandring hos en annen enhet. Det er én av egenskapene som er representativt med de verbene jeg kaller agens-verb. Dersom man hadde brukt verbet om å kun betrakte innhold på Twitter, ville ikke den proto-agens-rollen om forandring hos en annen enhet vært gjeldende, og derfor kan det også ses på som et experiencer-verb, der subjektet kun har en perseptuell rolle.

Hvis vi analyserer dette verbet semantisk, har det en agens-rolle som utfører en handling, som for dette verbet er å skrive en kort tekst og publisere den. Patiens-rollen realiseres av det som omtales som 'en tweet', som da er betegnelsen på den teksten som legges ut på tjenesten.

(58) En tweet Trump tvitret. (figur 11.1)

(59) Jeg tvitret.

(60) Jeg tvitret en tweet.

Setningen jeg testet i spørreskjemaet var (58). Der er patiens-rollen tematisert. Jeg skulle gjerne likt å teste (59) og (60) også for å se om språkbrukerne mener at 'en tweet' er en overflødig patiens. Det vil jeg anta siden jeg ikke kjenner til flere funksjoner man kan benytte seg av på Twitter. Min språklige intuisjon sier i alle fall at (59) er mer naturlig enn (60).

5.3.3 Å podcaste

I 2017 oppga 14% av den norske befolkningen at de hørte på podcast minst én gang i uken, og i aldergruppen 15 til 29 oppga 28% av befolkningen at de hørte minst én gang i uken (Bjørnstad og Leknes, 2017, s. 40). Denne statistikken viser at unge bruker podcast-tjenester mer. Jeg testet verbet 'å podcaste' i tre ulike setninger, og i alle tre mente aldersgruppen over 30 år at det var et mer naturlig verb enn de under 30, selv om det var veldig jevne verdier mellom aldersgruppene. Jeg spurte informantene mine om hva de la i verbet. «*Det vil være å lage podcaster. Altså spille inn og, ja, lage podcaster*» (informant 1). Dette sier Svein som er under 30 år. Gerd på godt over 30 sier følgende: «*...hvis jeg skal høre på en Podcast, så tror jeg ikke jeg sier at jeg podcaster. Jeg tenker at det som lager en Podcast, de podcaster.*» (Informant 4). Informantene jeg intervjuet ser ut til å være enige om at dette verbet hovedsakelig beskriver aktiviteten som dreier seg om innspilling av podcaster. Dataene fra spørreskjemaet viser at 24,8% av de over 30 og 22,8% av de under 30 oppgir verbet som helt naturlig dersom det dreier seg om innspilling av podcast. Jeg testet også verbet der subjektet i konteksten lyttet til podcast. Da oppga kun 6,5% av de over 30 og 5,3% av de under 30 at det var helt naturlig.

Både informantene og dataene jeg har samlet inn underbygger hypotesene min om bruk av agens-experiencer-verb: For det første er ikke verbet i nærheten av å være like naturlig som mange av de tilsynelatende etablerte agens-verbene jeg diskuterer i 5.2. Altså underbygger det min antakelse om at agens-verbene er mer naturlige enn agens-experiencer-verbene. For det andre; når det først brukes, brukes det når agens-rollen er involvert i en forandring eller forflytning av patiens-rollen. Dette underbygger min antakelse om at når agens-experiencer-verb faktisk brukes, er det når subjektet har en tydelig agens-rolle.

Et interessant funn jeg har gjort gjennom intervjuene er at når agens-experiencer-verbene blir brukt i setninger der det er tydelig at subjektet kun har en experiencer-rolle, oppgir informantene ulike andre verb eller verbkonstruksjoner. Disse vil omtaler jeg omtale som «erstatteverb» for agens-experiencer-verbene. Erstatteverbene for 'å podcaste' som informantene bruker er 'lytter til' (Informant 3), og 'hører på' (Informant 2). Det å høre, eller å lytte er et kjent konsept for oss, og derfor innprentet i det Jackendoff (1996, s. 8) omtaler som vår konseptuelle struktur. Jeg vil anta at konsepter som er knyttet til sansning er såpass etablerte i vår konseptuelle struktur at det tyder på at det er unaturlig å bruke andre verb enn verb som denoterer sansning. Funnene jeg har gjort tyder på at det er unaturlig for språkbrukerne å bruke verbifiserte verb for å beskrive handling som konseptuelt er knyttet til sansning. Det å lage en podcast derimot er et konsept som kanskje ikke er like kjent for språkbrukerne, og at konseptet i større grad 'krever' et verb for å beskrive handlingen. Nå viser dataene mine at det

ikke er et spesielt naturlig når subjektet har agens-rollen heller, men betydelig mer enn når subjektet har en experiencer-rolle. Denne diskusjonen videreføres i 5.4, der jeg tar for meg flere agens-experiencer-verb.

5.3.4 Å jodle

Jodel er en digital plattform der man anonymt kan dele korte meldinger. Jeg har selv vært bruker av denne appen, og har ved en anledning observert en verbifisering av appen. Det jeg synes er det mest overraskende funnet ved dette verbet er at det ifølge respondentene mer naturlig å bruke dette verbet enn verbene ‘instagramme’ og ‘youtube’. Jeg har ikke funnet troverdig statistikk på hvor mange som bruker Jodel, men jeg mener det er rimelig å anta at det er betydelig færre brukere. (Se 5.4.2 og 5.4.3 for statistikk på bruk av Youtube og Instagram). Derfor mener jeg det er overraskende at dette verbet oppleves som mer naturlig enn ‘å youtube’ og ‘å instagramme’. 18,2% av respondentene oppga verbet som helt naturlig. Kun 0,9% av de over 30 oppga det derimot som helt naturlig. Dette tyder på at dette er en tjeneste som stort sett brukes av yngre språkbrukere.

Jeg testet setningen kun i intransitiv ramme (figur 7.1). Siden innleggene man poster på Jodel omtales som ‘en jodel’, vil jeg anta at en setning som (61) ville fått lavere score på skalaen.

(61) Jeg jodlet en jodel.

Her vender vi igjen tilbake til at patiens er et skyggeargument som ligger i verbets leksikalsk-semanticke egenskaper. «...jeg legger i det litt det samme som å tvitte da. Å komme med små utsagn, også her knyttet til en app da. Altså, noe skriftlig...» (Informant 1). Svein omtaler det ‘å jodle’ som det samme som ‘å tvitte’. Signe sier følgende om hva hun legger i verbet: «Jeg vet ikke jeg, sikkert det å skrive poster på Jodel, kan jeg se for meg. Eller kanskje det å scrolle gjennom Jodel.» (Informant 2). Hun oppgir at verbet kan både fungere når subjektet har agens-rolle og experiencer-rolle. Hun bruker også verbet ‘scrolle’ som erstatterverb for å forklare hva hun mener foregår når subjektet har en experiencer-rolle.

5.3.5 Kategori 2: sammenfatning

I 5.3 har jeg drøftet bruk av verbene som havnet i mellomnivået av naturlighetsskalaen. I likhet med verbene fra kategori 1 deler disse verbene evnen til å ha leksikalsk-semanticke egenskaper som gjør patiens ‘overflødig’. Jeg har derimot ikke testet like mange varianter av verbene som i kategori 1, og har derfor ikke data som kan underbygge denne påstanden. Flere av disse verbene har patiens som har samme leksikalske rot som selve verbet. Eksempelvis «å jodle

en jodel», eller «å tweete en tweet». Disse er eksempler som er likedan som setning (17), en setning som Pustejovsky (1995, s. 64) omtaler som ugrammatisk fordi patiens er innbakt i verbets semantikk. Jeg skal ikke hevde at disse eksemplene på norsk er ugrammatiske, men at de er ‘overflødige’ argumenter som like greit kunne vært utelatt, men ytret samme meningsinnhold. Dersom man bruker en annen patiens, for eksempel ‘en post’ eller ‘en melding’, vil jeg si at setningene for meg intuitivt oppleves som mer naturlig, selv om også disse patiensene kan argumenteres for at er skyggeargumenter.

I kategori 2 havnet også de første agens-experier-verbene. Det som er interessant er at agens-experier-verbene i denne kategorien tyder på å være mer naturlig enn agens-experier-verbene i kategori 3, med tanke på hvor store og populære tjeneste Youtube, Instagram og Facebook er. Dette tror jeg er fordi det er en mer konkret patiens-rolle som står til verbene som er avledet av i Twitter, Podcast og Jodel. Enten om de er et skyggeargument som ikke er realisert, eller om et rheme-objekt er realisert i en setning som for eksempel: «å jodle en melding». Jeg vil hevde at mina data viser at størrelse og popularitet på tjenesten ikke nødvendigvis er den viktigste faktoren for hvordan et verbifisert verb blir naturlig i språket vårt. Kategori 1 viser at størrelse på de digitale tjeneste er en faktor, men som jeg argumenterte for i 5.2: disse tjenestene har også ofte en mer forutsigbar argumentstruktur som følge av de leksikalsk-semantiske egenskapene som er begrenset til hva brukeren av de respektive tjenestene har tilgang til å gjøre. I kategori 2 dukker det derimot opp to verb jeg predikerte skulle være blant verbene med lavest score: ‘å jodle’ og ‘å podcaste’. Denne prediksjonen hadde jeg fordi jeg trodde størrelse og antall brukere skulle være en større faktor.

5.4 Kategori 3

5.4.1 Å tindre

«At man bruker sjekkeappen Tinder, og at man sveiper profiler til venstre og høyre, eller eventuelt superliker dem, har jeg hørt folk sagt.» (Informant 3). Dette sier Arne at han legger i verbet ‘å tindre’. Verbet ifølge Arne ser ut til å dele ut agens-rolle der subjektet aktivt gjør noe inne på appen. ‘Å tindre’ er agens-verbet som fikk lavest verdier på naturlighetsskalaen av respondentene. Kun 16,6% oppga det ‘å tindre’ som helt naturlig (figur J). Jeg spurte informantene om hvorfor de trodde dette verbet ikke oppleves som særlig naturlig blant språkbrukere. Svaret Signe oppga synes jeg var veldig interessant: *«...jeg føler kanskje at Tinder er litt tabu, jeg vet om ganske mange par som har møttes på Tinder, men som har funnet på en annen historie enn at de har møttes på Tinder.»* (Informant 2). Hun uttrykker at det kan

være noe skambelagt knyttet til bruk av sjekkeappen Tinder. Det kan være en mulig årsak til at verbet ikke er mer utbredt. Dette er selvsagt kun en spekulasjon, men et interessant innspill.

En annen grunn mener jeg er knyttet til patiens. På appen Tinder kan man gjøre ulike ting. Arne bruker verbene 'sveipe' og 'superlike' for å beskrive noe av det man kan gjøre i appen. Sveipe refererer til prosessen der man blar gjennom de ulike profilene, og superlike refererer til en funksjon man kan gjøre for å ta initiativ til en samtale. I tillegg kan man kommunisere med andre, og bygge og redigere sin egen brukerprofil. Med andre ord: hva gjør man når man tindrer? Jeg mener det er kommuniseres tydeligere til mottakeren om hva agens-rollen gjør i agensverbene i kategori 1, selv om disse verbene også er verbifisert av tjenester som har flere funksjoner. Dette kombinert med færre brukere og muligens mer skam knyttet til bruk av appen kan være en mulig sammensatt forklaring på hvorfor dette verbet ikke er like naturlig i språket vårt.

Jeg testet også verbet i transitiv-resultativ ramme:

(62) Lillebror har tindret seg en dame. (Figur 6.2).

Her oppga flesteparten av respondentene verdien helt unaturlig. Jeg spurte informantene om denne setningen også. «Å tindre seg en dame synes jeg gir mening. Jeg skjønner hva setningen betyr, men jeg synes det høres litt unaturlig ut likevel.» (Informant 1). Selv om jeg i min oppgave vektlegger tematiske roller tungt, viser en setning som denne, og respondentens svar at semantisk-leksikalsk innhold ikke nødvendigvis er det som definerer argumentstrukturen. Den forhåndsgenerte transitiv-resultative rammen gjør at mottakeren kan trekke relevant informasjon ut av setningen. Som informanten oppgir: setningen gir mening. En mottaker som ikke har kjennskap til Tinder, ville også trolig kunne trukket korrekt informasjon ut av ytringen. Det jeg derimot er opptatt av, er at både respondentene og informanten påpeker at det er en unaturlig ytring. Og det er nettopp det jeg undersøker i denne oppgaven: Hvor naturlig oppleves de ulike verbene? Flere av setningene jeg testet som hadde andre rammer enn intransitiv og transitiv fikk lav score i spørreskjemaet (figur 1.7, 1.9, 2.3 og 3.4 for eksempler). Spørreskjemaet viser at for de fleste verbene er det i intransitiv ramme verbene er mest naturlige. Jeg mener en årsak til det kan være fordi de semantisk-leksikalske egenskapene til disse verbene er uklare. Tjenestene har ofte flere funksjoner og endrer seg stadig, som kan være en faktor for at det er uklart hva som er en naturlig patiens til verbene.

5.4.2 Å youtube

Dataene fra spørreskjemaet viser at dette verbet oppleves som mest naturlig dersom subjektet har en agens-rolle. Det vil si at subjektet er den som deler materiale på Youtube. Da mener 17,8% av de over 30, og 13,5% av de under 30 at det er helt naturlig å si (Figur 5.3), mens kun 4,6% og 3,5% oppga helt naturlig for setningen jeg testet der subjektet har en experiencer-rolle (Figur 5.1). Språkbrukerne er altså enige om at det er mest naturlig å bruke verbet når subjektet benytter er en aktiv part som tilføyer materiale til nettstedet. Til tross for det tyder ikke dataene på at verbet er særlig naturlig i språket vårt. Tall fra Ipsos viser at 2,9 millioner nordmenn bruker Youtube månedlig (Sperstad, 2019). Youtube er med andre ord et svært nettsted som veldig mange bruker, men verbet ser ikke ut til å være spesielt naturlig. Jeg spurte informantene om hva 'å youtube' betydde for dem, og jeg synes ett av svarene var interessant med måten det var formulert på: «Å youtube må være at man bruker Youtube-sidene på internett til å legge ut ting» (Informant 3). Dette svaret viser at informanten har en klar oppfatning av hva 'å youtube' kan være, men gir ikke uttrykk for at dette er et verb som er naturlig å bruke. For det ligger mye semantisk-leksikalsk innhold i verbet, men siden rollene man kan innta gjennom nettsiden er så forskjellige mener jeg at det kan oppleves som mindre naturlig å bruke verbet.

Samtidig er det viktig å granske Youtube som konsept. På Youtube kan alle brukere laste opp materiale og dele fritt. Dette er muligens et konsept vi som språkbrukere ikke kan trekke like tydelige paralleller til fra vår konseptuelle struktur som andre av verbene jeg har undersøkt. Konsepter som transaksjon (vippse) og kommunikasjon (skype) er konsepter vi antakelig i større grad har innprentet i vår konseptuelle struktur, og at det derfor er lettere å avlede et verb fra en ny digital plattform som utfører handlinger vi har et klart konseptuelt bilde av. Mens Youtube som medium er mer sammensatt, der man både kan ha en agens-rolle og en experiencer-rolle, og er derfor et mer unikt konsept enn mange av de andre appene og tjenestene. «...jeg tenker at man trenger ikke noe eget ord for det. Da bruker man at man ser på Youtube» (Informant 3). Dette sier Arne om hvorfor det er unaturlig å bruke verbet dersom man skal beskrive at man ser på videoer på Youtube. Dersom subjektet har experiencer-rollen, sier Arne at det er mer naturlig å bruke et erstatterverb, i dette tilfellet en perseptuelt verb som vi også kan bruke for å beskrive andre konseptuelt like aktiviteter som TV-titting eller filmtitting.

Et interessant funn fra spørreskjemaet er hvor naturlig respondentene oppga det å kalle noen for 'en youtuber'. 45,4% av de over 30, og hele 71,9% av de under 30 oppgir dette substantivet som helt naturlig (Figur 5.5). Av alle nomen agentis-variantene jeg testet var det denne som fikk høyest verdier, mens verbene av de andre nomen agentis-variantene hadde høyere verdier

enn 'å youtube'. Det er også veldig interessant. Arne forklarer om hvorfor nomen agentis-formen av 'å vippse' er unaturlig: «*Fordi at å være en vippser er jo bare en bitte liten, det er noe du gjør*» (Informant 3). De som omtales som 'youtubere' kan etter hva jeg har fornemmet gjøre store karrierer og oppnå mye medieomtale gjennom sin virksomhet. Jeg mener vi trygt kan anta at digitale tjenester som Youtube, som har potensial til å gjøre alminnelige mennesker kjente, i større grad kvalifiseres som kandidater til at verbene kan brukes naturlig som nomen agentis. På samme måte som at 'en sanger' etter mitt språklige skjønn er mer naturlig å bruke om en som lever av sang, enn om en som tilfeldigvis synger.

5.4.3 Å instagramme

Dataene fra spørreskjemaet viser at også dette agens-experiencer-verbet oppleves som mer naturlig dersom subjektet inntar agens-rollen, spesielt blant de yngre språkbrukerne. Som experiencer-verb mener 5,3% at det er helt naturlig, mens 13,5% mener at det som agens-verb er helt naturlig (Figur 8.1 og 8.2). Heller ikke dette agens-experiencer-verbet viser seg å være særlig naturlig i bruk, til tross for sin størrelse. Statistikk fra Ipsos viser at i 2018 hadde 2,2 millioner nordmenn Instagram-bruker (Sperstad, 2019). Akkurat som med Youtube er denne digitale appen brukt av svært mange, men det nyskapte verbet virker ikke å være spesielt naturlig.

«*Å instagramme, da også tenker jeg at du er den som legger ut bilde på Instagram. Det er å instagramme. Jeg legger ikke ut bilder på Instagram, men jeg ser på Instagram. Jeg er ikke en instagrammer*» (Informant 4). Dette sier Gerd om hva hun legger i verbet. Hun er enig i at verbet dreier seg om å legge ut materiale. Hun bruker også verbkonstruksjonen 'ser på' som en erstatting for å beskrive sin rolle som experiencer når hun utfører handlinger gjennom appen. Dette er en verbkonstruksjon som også går igjen i intervjuene. Bare i Gerds intervju blir verbet 'ser' brukt seks ganger for å forklare handlinger som knyttes til appene og tjenestene (Informant 4). Jeg vil anta at det å være tilskuer er så innprentet i vår konseptuelle struktur at det oppleves som unaturlig å bruke andre verb enn sansningsverb som for eksempel 'se' og 'høre' for å beskrive en perseptuell handling, uansett hvilken plattform det måtte gjelde.

Også nomen-agentis-formen av verbet 'å instagramme' viser seg å være mer naturlig enn verbet i seg selv, akkurat som med Youtube. Jeg vil argumentere for at det er av samme årsak som med Youtube, fordi Instagram også tilbyr, etter hva jeg har observert, mennesker muligheten å gjøre karriere og å bli kjent. Også her er det de yngre som er i overtall. 33,5% av de under 30 mener det er helt naturlig, i motsetning til de over 30 der kun 15,0% mente det er helt naturlig

(Figur 8.3). Dette tolker jeg dithen at det er flere yngre som har kjennskap til plattformene, men også det at kanskje det å bli kjent eller å gjøre karriere gjennom digitale plattformer er et konsept som yngre i større grad har kjennskap til, og at det derfor er mer naturlig for dem å bruke nomen agentis-formen av disse verbene.

5.4.4 Å facebooke

Facebook er også en stor digital tjeneste, med 3,4 millioner norske brukere ifølge Ipsos (Sperstad, 2019). Verbet derimot, kan basert på min undersøkelse ikke sies å være et naturlig verb. Kun 1,1% oppgir det som et helt naturlig verb, og 82,0% oppgir det som helt unaturlig (figur M). Jeg spurte informantene om hvorfor de trodde dette verbet fikk så lave verdier. Svein hadde et interessant svar på det: *«en ting er at kanskje at Facebook er blitt så stort, at det er blitt delt opp i flere mindre deler, for eksempel Messenger da. At hvis man chatter på Facebook så bruker man heller Messenger.»* (Informant 1). Signe har et annet type svar, men også interessant: *«...også jeg føler liksom ikke det klinger godt i hodet mitt heller. Facebooke, det er liksom noe med vokalen på slutten der. Google er flyter godt, men facebooke, det er litt trælete å si.»* (Informant 2). Svein påpeker at tjenesten Facebook er oppdelt i mange deler, og referer blant annet til Messenger, som er hurtigkommunikasjonsappen til Facebook. Han bruker også erstatterverbet 'å chatte' for å beskrive en handling man kan gjøre gjennom Facebook. Sveins forklaring på dette støtter det jeg har hevdet i store deler av analysen. Hva er det som 'facebookes'? Hva er patiens? Hva er det som påvirkes av agens' handlinger gjennom tjenesten? Siden det kanskje ikke ligger noe åpenbart skyggeargument innbakt i verbets leksikalsk-semantiske egenskaper, mener jeg at det er grunn til å tro at det gjør det unaturlig for språkbrukerne å bruke det fordi det er et uklart konsept.

Det Signe sier om verbet er også interessant, og berører et aspekt jeg ikke har nevnt i det hele tatt i dette prosjektet. Hun påpeker at det er 'trælete' å si det, noe som jeg tolker som at det er tungvint eller unaturlig, og at det ikke flyter like godt som eksempelvis 'å google'. Hun oppgir altså en fonetisk årsak til hvorfor hun tror det kan være unaturlig for folk. Det er et interessant innspill, og det fonetiske aspektet ved tilegnelse av disse verbene kunne vært interessant å forskes mer på.

5.4.5 Kategori 3 – sammenfatning

I denne kategorien har jeg drøftet bruken av de verbene språkbrukerne opplever som minst naturlig. Det jeg synes er mest interessant med disse verbene er at der er avledet av virkelige populære digitale tjenester, men at de likevel ikke ser ut til å være særlig naturlige i språkbruken

vår. Jeg har argumentert for at årsaker til dette er tvetydigheten med at disse verbene er agens-experiencer-verb. Jeg har også påpekt at det kan være konseptuelle årsaker til at disse verbene ikke har glidd like naturlig inn i språket vårt. Konseptene disse appene og tjenestene innebærer er muligens mer vage og mer fremmede enn konseptene bak verbene som oppgis å være naturlige. Alle fire disse tjenestene er sosiale medier der mennesker kan samhandle med hverandre på ulike måter. I motsetning til 'å skype' som konseptuelt ligner på det å ringe, som har vært en del av vår konseptuelle struktur lenge, tilbyr disse tjenestene nye måter å kommunisere på. Intervjuene viser at det er flere erstatterverb som blir brukt til å beskrive aktivitet på disse appene: 'chatte' (Informant 1), 'henge på' (Informant 1), 'scrolle' (Informant 2), 'sveipe' (Informant 3), 'se på' (Informant 4). Alle disse verbene brukes for å beskrive handlinger som utføres på disse tjenestene, og er muligens konspeter som er mer gjenkjennbare, og derfor mer naturlig å bruke enn de verbifiserte verbene.

5.5 Språkforandring

Dersom mine funn gjennom dette prosjektet i det hele tatt kan kvalifisere til å være en del av en potensiell språkforandring er det i så fall snakk om det Milroy (1992, s. 169) omtaler som språklig innovasjon. Det er ikke snakk om lingvistisk forandring, altså endring av språkssystemet (Milroy, 1992, s. 169). Jeg har ingen funn som kan underbygge en påstand om at disse nye verbene er en del av en lingvistisk forandring. Det er snakk om nye verb som denoterer aktiviteter knyttet til nye digitale innovasjoner. Disse kan vi se på som språklige innovasjoner, som kommer som tillegg til ordforrådet vårt.

I Labovs modell for språkforandring er etablering det siste steget i språkforandringen (1972b, s. 123). De dataene jeg har samlet inn kan være en indikator på hvilke verb som er etablerte. Uansett vil jeg understreke at jeg ikke ønsker å omtale noen av dem som etablerte verb, men at noen kandidater stiller sterkere. I det hele tatt er språklige innovasjoner knyttet til digitale tjenester en uforutsigbarhet med tanke på hvor hurtig nye tjenester dukker opp. Baron belyser at internett og mobilteknologi kun er i en infantil fase (2011, s. 133). Det er umulig å forutse hvilke digitale tjenester vi fortsatt bruker i fremtiden, og hvilke nye konsepter som dukker opp. Derfor vil jeg ikke hevde at noen av verbene er etablerte, men dersom jeg skulle utnevne ett av dem som kandidat for å være etablert, ville jeg argumentert for 'å google'. Det fordi tjenesten har eksistert «lenge» i internetts historie, og fordi det virker som at språkbrukere også bruker dette verbet dersom de søker i andre søkemotorer. Konseptet 'å google' er for internettgenerasjonen muligens like vanlig som å se på TV.

Baron sier også at vi på se på internett og digitale medier i lys av en bredere sosial prosess, som også omhandler mer enn bare språk (2011, s. 132). De digitale tjenestene vi jeg hevde er med på å endre vår konseptuelle struktur, og måten vi opplever verden på. Eksempelvis endrer måtene vi kommuniserer med hverandre på gjennom digital teknologi, og endrer da vår konseptuelle oppfatning av kommunikasjon. Flere av verbene jeg har gjort funn på at er naturlige i språket vårt er knyttet til digital kommunikasjon, og kan støtte en hypotese om at det er et bidrag til en språklig endring som er forankret i en endring av samfunnet vi lever i.

Gjennom oppgaven har jeg ved mange tilfeller trukket frem at det er forskjell mellom aldersgruppene med hensyn til hvorvidt de oppgir de ulike verbene som naturlige. Som forventet blir mange av verbene brukt mer naturlig av språkbrukere under 30, fordi det sannsynligvis er et overtall av brukere som kjenner til tjenestene. Til tross for det viser mine data at de verbene som ser ut å være mest etablerte, brukes også naturlig av veldig mange språkbrukere over 30. 88,3% oppga 'å vippse' som et helt naturlig verb (Figur 1.2). Mens 'å google', 'å skype' og 'å snappe' oppgir henholdsvis 87,9%, 61,5%, 65,4% av de over 30 at er helt naturlig (Figur 10.1, 2.1 og 3.1). Disse resultatene viser at verbene også brukes hyppig blant eldre språkbrukere, og derfor mener jeg at vi ikke kan trekke en slutning om at disse språklige innovasjonene er en del av ungdomsspråk. Kotsinas (1994, s. 168-169) omtaler yngre språkbrukere som kreative og innovative når det kommer til bruk av nye språkvarianter. Om det er flere yngre som bruker verbene fordi det er flere som bruker de digitale tjenestene eller om det er fordi de yngre språkbrukerne verdsetter språklig kreativitet høyere er vanskelig å si. Kanskje er det en kombinasjon. Kotsinas (1994, s. 173) trekker frem gruppeidentitet i sin modell for språkforandring. Kotsinas (1994, s. 16) påpeker at når vi deler inn mennesker i en gruppe utelukkende basert på generasjonstilhørighet, blir det en heterogen gruppe. Ungdomsgrupper snakker sammen og kan tenkes å utvikle språklige innovasjoner sammen, men siden også ungdom er mennesker med ulike bakgrunner og interesser, mener jeg at vi må være varsom med å omtale disse språklige innovasjonene som ungdomsspråk. Dette sammen med at gruppen over 30 ga uttrykk for at mange av disse verbene var naturlige for dem, gjør at jeg ikke mener vi kan tolke de nye verbene jeg har undersøkt som en språklig innovasjon knyttet til ungdomsspråk. Mange av disse verbene virker å være nyttige verb som fyller et hull i ordforrådet og som gir relevant informasjon til mottaker, uavhengig av alder på ytrer og mottaker. Det som derimot kan være, er at ungdom bruker andre verb avledet av plattformer som for meg er ukjent, og som de bruker for å kommunisere om sine arenaer som eldre

språkbrukere ikke kjenner til. Men for verbene jeg har undersøkt, er det ingenting som tyder på at det er verb som ungdom har «patent» på, og som er en del av deres felles kommunikasjon.

I det hele tatt ønsker jeg ikke å trekke en konklusjon om at vi står overfor en språkendring. Mange av disse verbene viser seg å være naturlige blant språkbrukere, mens mange av dem ikke viser seg å være naturlige. Det jeg mener vi står overfor er et knippe nye verb som noen av norske språkbrukere anvender, men som ikke kan karakteriseres som en språkendring, men snarere en tilføyning i språkbrukernes ordforråd.

6.0 AVSLUTNING

I analysen av denne oppgaven har jeg belyst en rekke aspekter ved nye verb i norsk. Problemstillingen sier at jeg skal si noe om hvilke verb som er i naturlig bruk i språk vårt, og om hvilke egenskaper de har, og om det er fellestrekk. Dataene jeg har samlet inn viser at noen avledede verb fra digitale tjenester absolutt brukes naturlig i vår tale. Verbene fra kategori 1 viser høye verdier. Mens verbene fra kategori 2 og 3 viser seg å ikke være like naturlige. Jeg har gjennom hele analysen drøftet om hvorvidt dette har sammenheng med appenes og tjenestenes størrelse. Min konklusjon er at størrelsen på den digitale tjenesten ikke har større sammenheng med bruk av et potensielt avledet verb enn det verbets egenskaper har. I kategori 1 viser jeg at de mest naturlige verbene har til felles at de er agens-verb der subjektet har en aktiv agens-rolle. Disse verbene ser ut til å leksikalsk-semantisk informasjon som gjør at verbene gir naturlige ytringer den intransitive rammen. Jeg har vist at flere funksjoner ved disse tjenestene kan være en faktor for en trøblete argumentstruktur. Skyggeargumenter knyttet til verbene kan gjøre noen setninger blir unaturlige i andre rammer enn den intransitive. Noen verb kan også ha ulike rheme-objekter knyttet til seg som gjør at de alternativt kan realiseres i syntaksen. I kategori 2 og 3 drøfter jeg agens-experiencer-verb, som er verb som viser seg å ikke være like naturlige som agens-verbene. Dette de konseptuelle egenskapene til tjenestene gjør at subjektet kan ha enten agens-rolle eller experiencer-rolle. Jeg mener at disse verbene kan være mindre naturlige fordi at det i deres leksikalsk-semantiske egenskaper er for mye forskjellige informasjon knyttet til de ulike funksjonene tjenestene tilbyr. Derfor blir agens-verb som denoterer mer begrensede konsepter kandidater for mer naturlige verb.

Åfarli (2007) hevder at det ikke er verbene som har argumentstruktur knyttet til seg, og at det er syntaktiske rammer som genererer setningene. Jeg har testet ulike setninger i ulike rammer der jeg viser at verbene passer inn i rammer, og at det ikke er verbenes semantikk som definerer argumentstrukturen. I en setning som «Jeg vippser deg penger», kunne man erstattet verbet med

et tullevb, og likevel gitt en grammatikalsk og til noe grad en forståelig setning. Det jeg derimot ønsker å hevde med denne oppgaven, er at leksikalsk-semantiske egenskaper ved de utvalgte verbene kan avgjøre hvordan setningene opptrer *naturlig* i språket vårt. Ikke om hvorvidt de er grammatikalske eller ikke, eller om verb har argumentstruktur i det hele tatt. VÆRENDE Jeg har drøftet hvorfor mange av verbene kan oppleves mindre naturlig i ulike rammer, og mener jeg har påpekt noen aspekter knyttet til tematiske roller som kan være en årsak til det.

Jeg har også drøftet om hvorfor noen av verbene får nomen agentis-former som blir mer naturlige enn verbene selv. Dette har jeg argumentert for at har sammenheng med det potensialet agens-rollen har for å oppnå medieomtale ved å bruke de digitale tjenestene. Tjenestene blir representative for agens-rollen, og derfor blir nomen agentis-formen mer naturlig enn verbet.

Jeg har også drøftet om hvorvidt disse verbene kan ses på å være en del av språkforandring. Jeg har argumentert for at de er eksempler på språklig innovasjon og at noen verbene har blitt tilføyd i ordforrådet til mange språkbrukere. Jeg vil ikke konkludere med at disse verbene er en del av en språkending, men at de er nye ord som denoterer konsepter som er knyttet til digitale tjenester. Jeg diskuterte også om hvorvidt de nye ordene er et uttrykk for ungdomsspråk, men mener dataene og intervjuene jeg har foretatt viser at mange av disse verbene er ord som brukes blant flere aldersgrupper.

Jeg har vist i analysen at de mest naturlige verbene denoterer konsepter allerede er en del av vår konseptuelle struktur. Verbene som viser seg å være mindre naturlige har ikke nødvendigvis nye og ukjente konsepter, men er ofte knyttet til digitale tjenester som har flere bruksområder som gjør at det kan være vanskelig å definere hva verbene faktisk innebærer. Intervjuene jeg har gjort viser for eksempel at ennå er det mange andre verb som erstatter bruken av agens-experiencer-verb. I det hele tatt vil jeg avslutte med å si at mange av verbene jeg har undersøkt utvilsomt er blitt en del i mer eller mindre grad av nordmenns språkbruk,

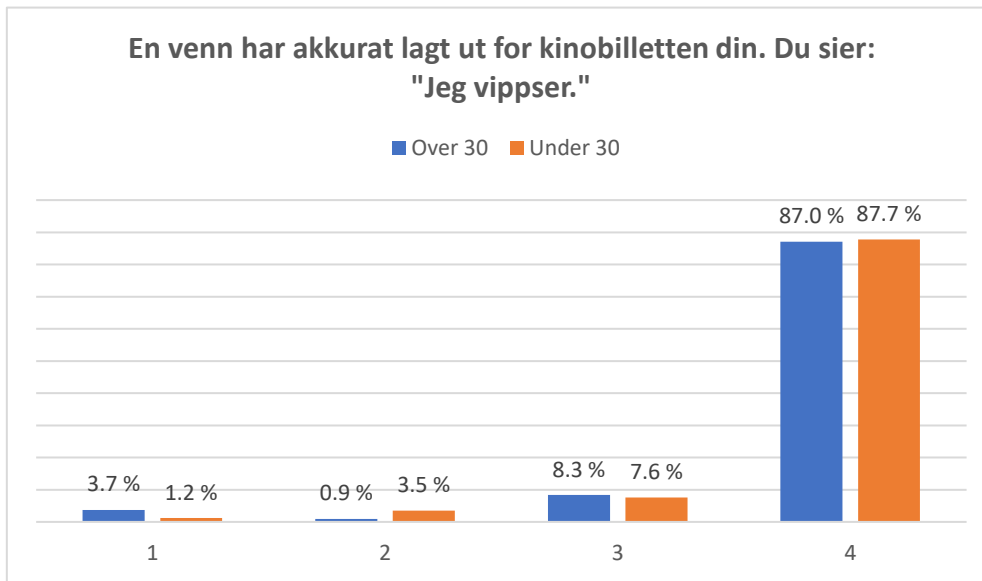
Litteratur

- Baron, N. S. (2011). Assessing the Internet's impact on language. *The Handbook of Internet Studies*, 11, 117.
- Bjørnstad, N., Leknes, M.H. (2017). *Medieåret 2016-2017 Medieutviklingen i Norge: Fakta og trender*.
- Brown, N. (2017). *Turn your brand name into a household name*. Hentet fra <https://www.ideasbig.com/blog/brand-name-verb/> 6. september 2018
- Fowler Jr, F. J. (2013). *Survey research methods*. Sage publications.
- Frengstad, L. T. (2016). *Å verbe: en eksoskeletal analyse av norske kreative verbkonstruksjoner* (Masteroppgave, NTNU).
- Goldberg, A. E. (1995). *Constructions: A construction grammar approach to argument structure*. University of Chicago Press.
- Gram, T. (2018). *Vipps*. I Store norske leksikon. Hentet fra <https://snl.no/Vipps> 26. mars 2019
- Grimshaw, J. (1990). *Argument structure*. the MIT Press.
- Hartvig Abrahamsen, M. (2015). *Snapchat*. I Store norske leksikon. Hentet fra <https://snl.no/Snapchat> 27. mars 2019
- Hoban, M. (2013). *Google This: What It Means When A Brand Becomes A Verb*. Hentet fra <https://www.fastcompany.com/3004901/google-what-it-means-when-brand-becomes-verb> 6. september 2018
- Hårstad, S., Lohndal, T., & Mæhlum, B. K. (2017). *Innganger til språkvitenskap. Teori, metode og faghistorie*. Cappelen Damm Akademisk.
- Jackendoff, R. (1989). *What is a Concept, that a Person May Grasp It?* 1. Mind & language, 4(1-2), 68-102.
- Johannessen, J. B., Erlenkamp, S., Faarlund, J. T., Lanza, E., & Vonen, A. M. (2003). *På språkjakt: Problemer og utfordringer i språkvitenskapelig datainnsamling*. Fagbokforlaget: Oslo
- Kotsinas, U. B. (1996). *Ungdomsspråk*. Uppsala: Hallgren & Fallgren.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic patterns* (No. 4). University of Pennsylvania Press.
- Leung, W. C. (2001). *How to design a questionnaire*. student BMJ, 187-189.

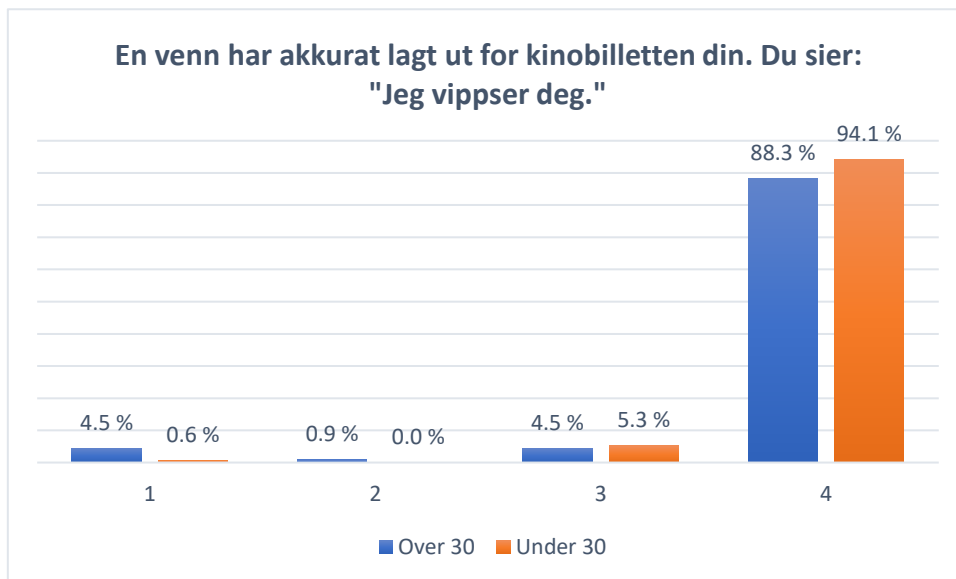
- Miller, J. (2018). *How brand names become verbs*. Hentet fra <https://stickybranding.com/how-brand-names-become-verbs/> 6. september 2018.
- Milroy, J. (1992). *Linguistic variation and change: On the historical sociolinguistics of English*. B. Blackwell.
- Nyman, H. (2016). *DNB er årets markedsfører for tredje gang*. Hentet fra <https://kampanje.com/markedsforing/2016/03/dnb-er-arets-markedsforer---igjen/> 3. mars 2019
- Ryan, C. (2016). *When a brand becomes a verb*. Hentet fra <https://idealog.co.nz/etc/2016/09/when-brand-becomes-verb> 6. september 2016
- Schütze, C. T., & Sprouse, J. (2014). Judgment data. *Research methods in linguistics*, 27.
- Sperstad, T. (2019). *Oppdatert sosiale medier – statistikk fra Norge*. Hentet fra <https://www.tormodsperstad.no/oppdatert-sosiale-medier-statistikk-norge/> 29. april 2019
- Tjora, A. (2009). *Fra nysgjerrighet til innsikt. Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Sosiologisk Forlag, 5.
- Ulseth, T. (2012). *Skype*. I Store norske leksikon. Hentet fra <https://snl.no/Skype> 24. april 2019
- Åfarli, T. A. (2007). *Do verbs have argument structure*. *Argument structure*, 108, 1.
- Åfarli, T. A., Eide, K. M., Johnsen, L. G., Nilsen, R. A., & Nordgård, T. (2018). *Norsk generativ syntaks*. Novus forlag.

Vedlegg 1: Tabeller fra spørreskjema

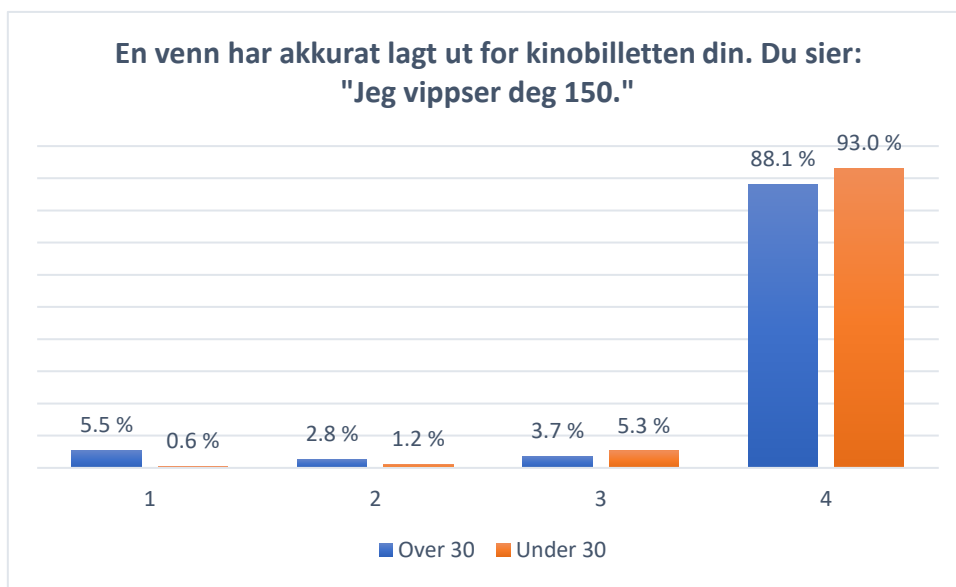
Figur 1.1



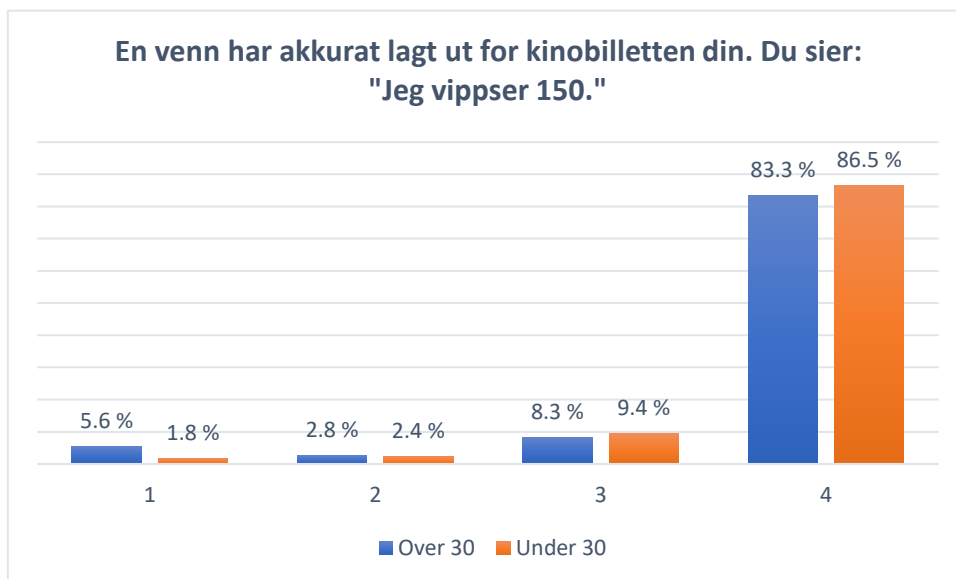
Figur 1.2



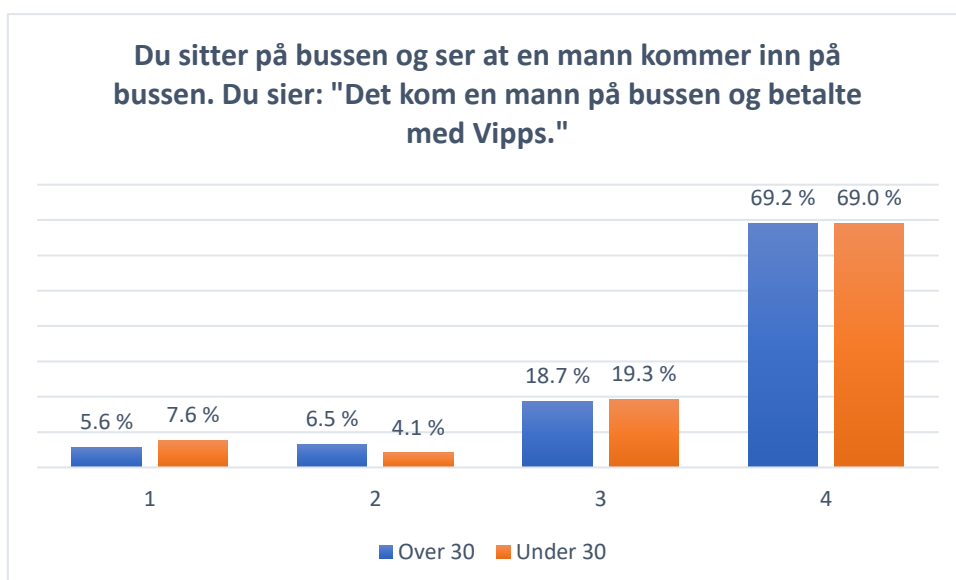
Figur 1.3



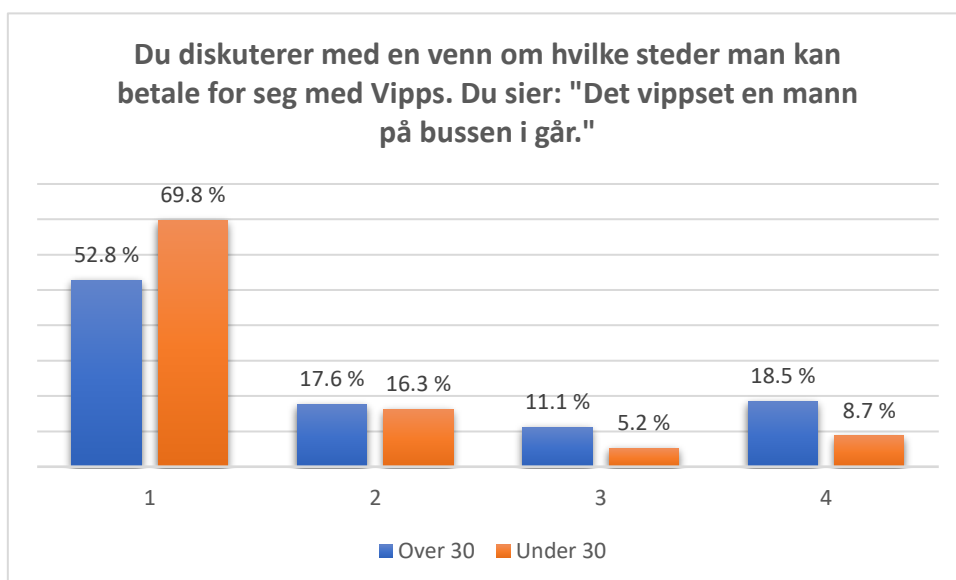
Figur 1.4



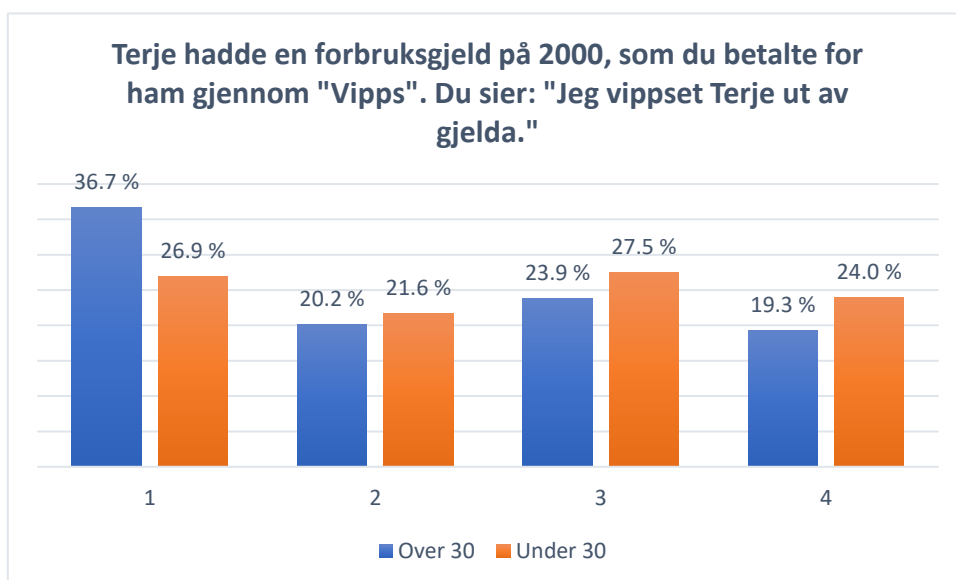
Figur 1.5



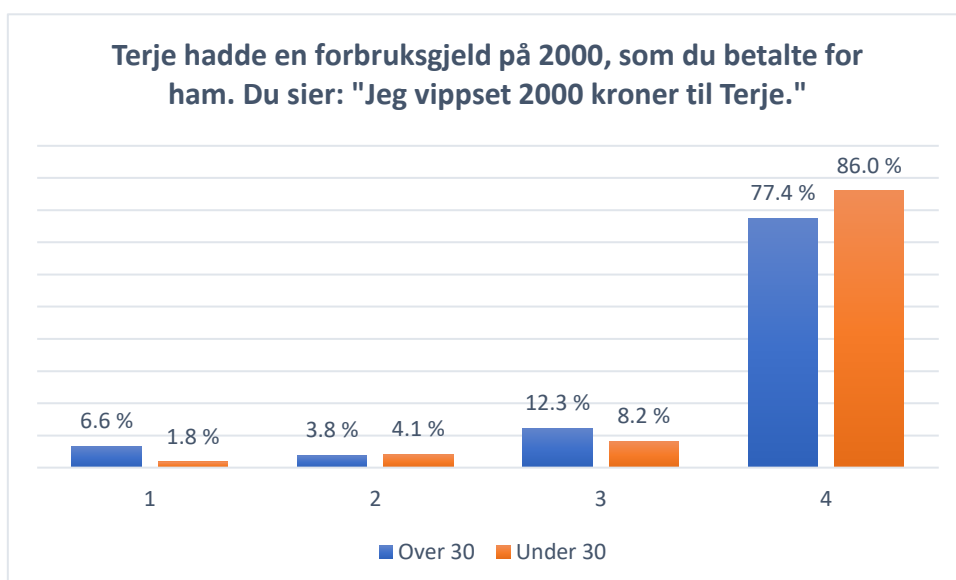
Figur 1.6



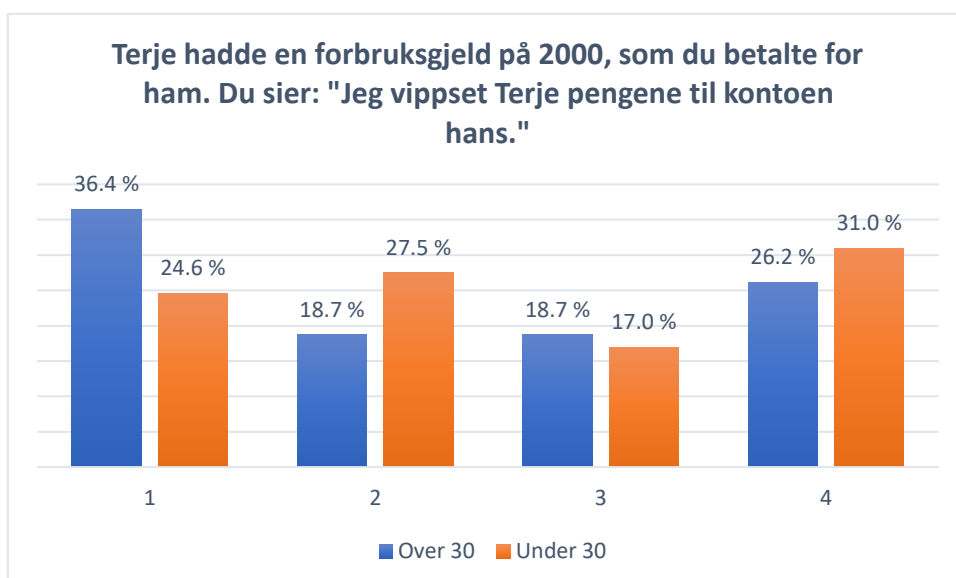
Figur 1.7



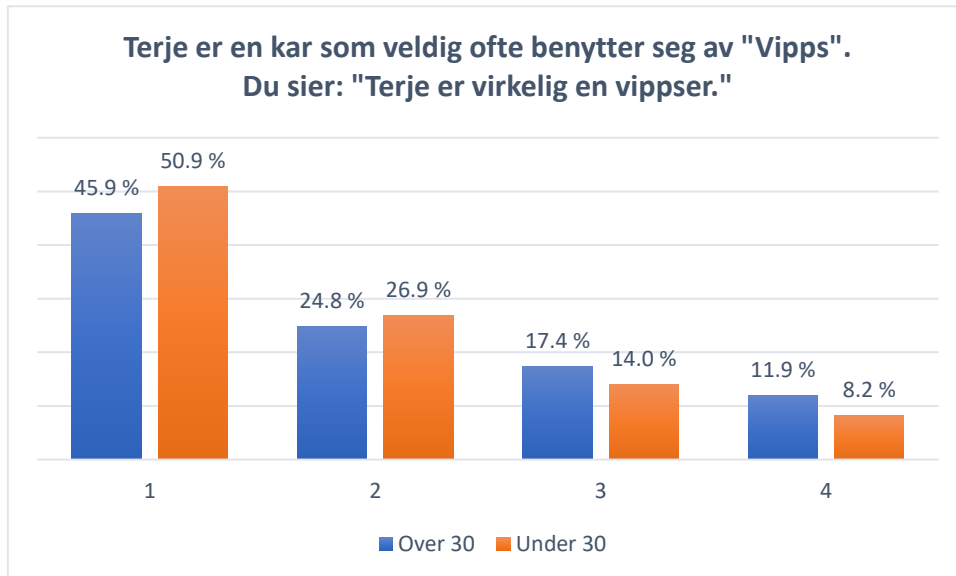
Figur 1.8



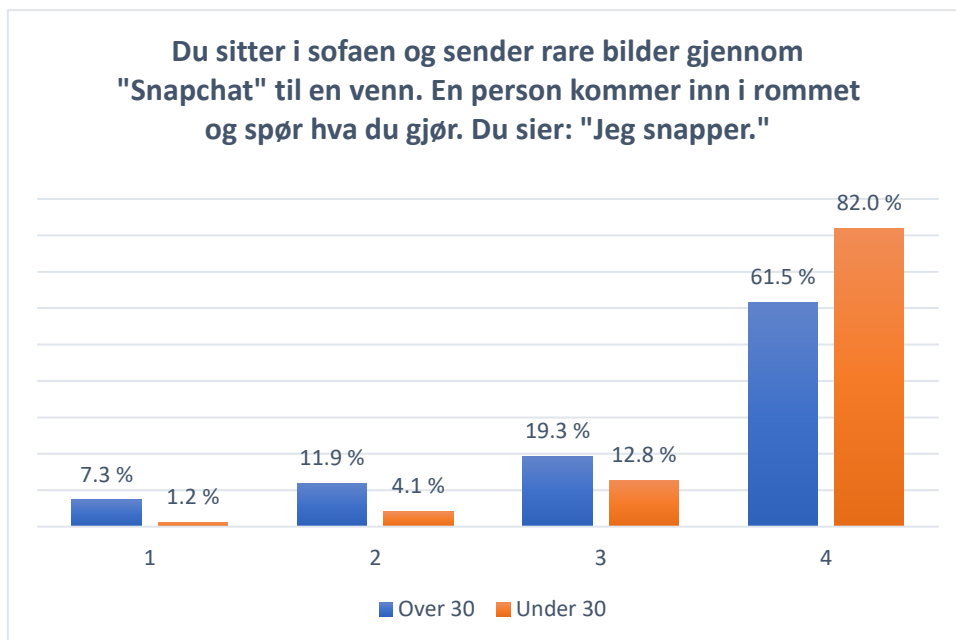
Figur 1.9



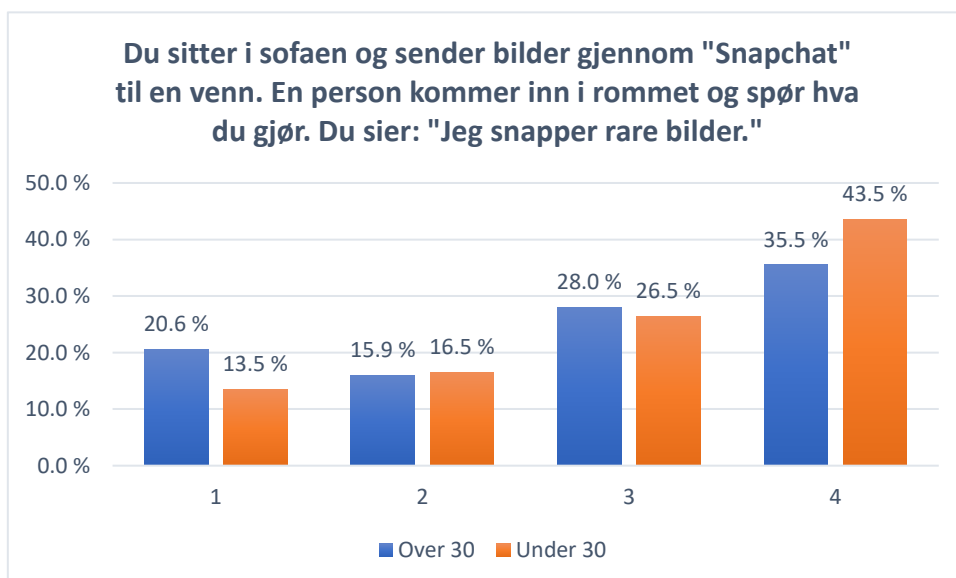
Figur 1.10



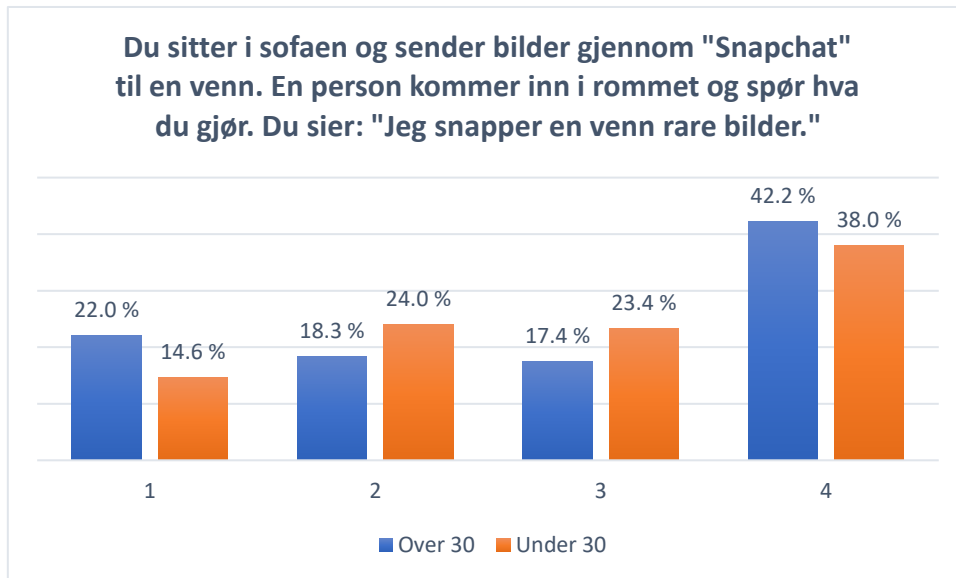
Figur 2.1



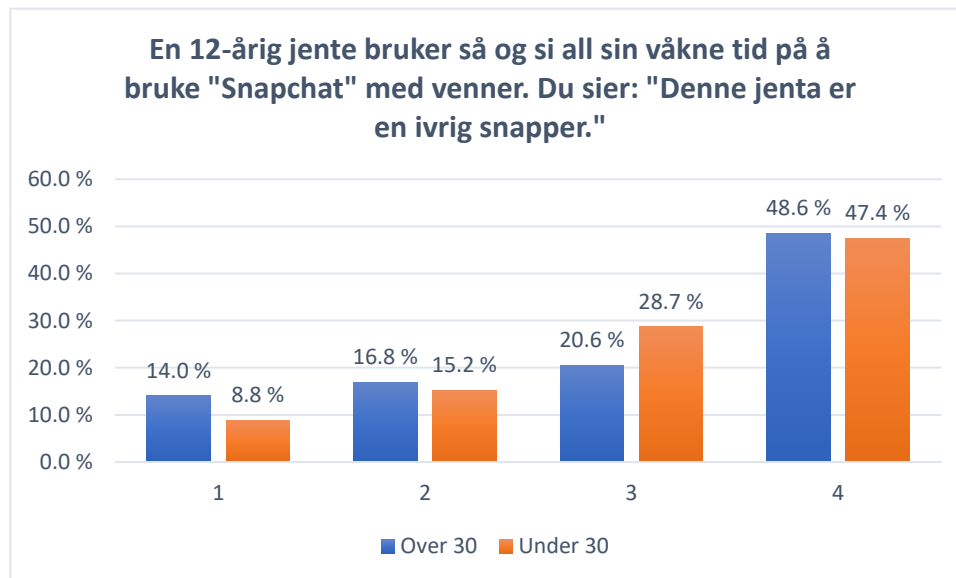
Figur 2.2



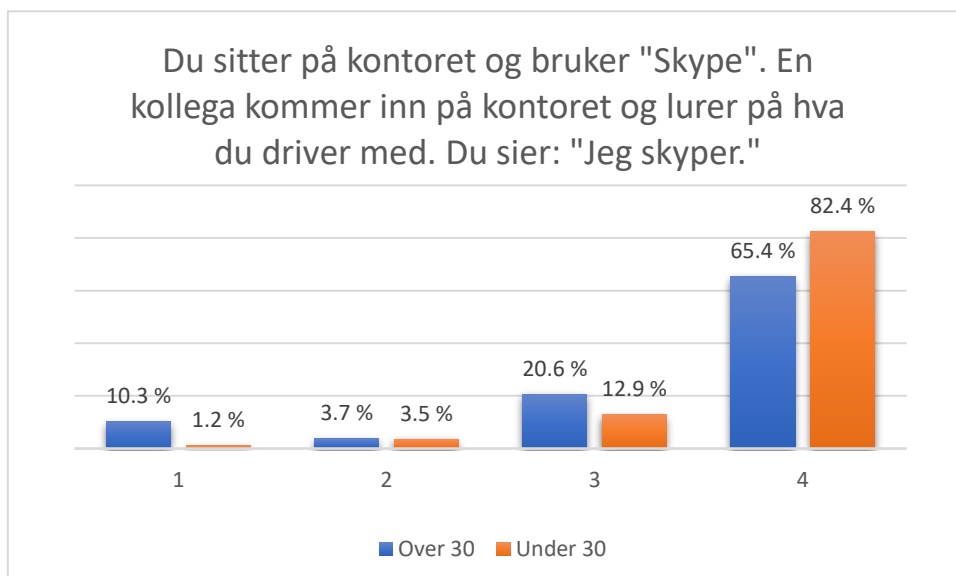
Figur 2.3



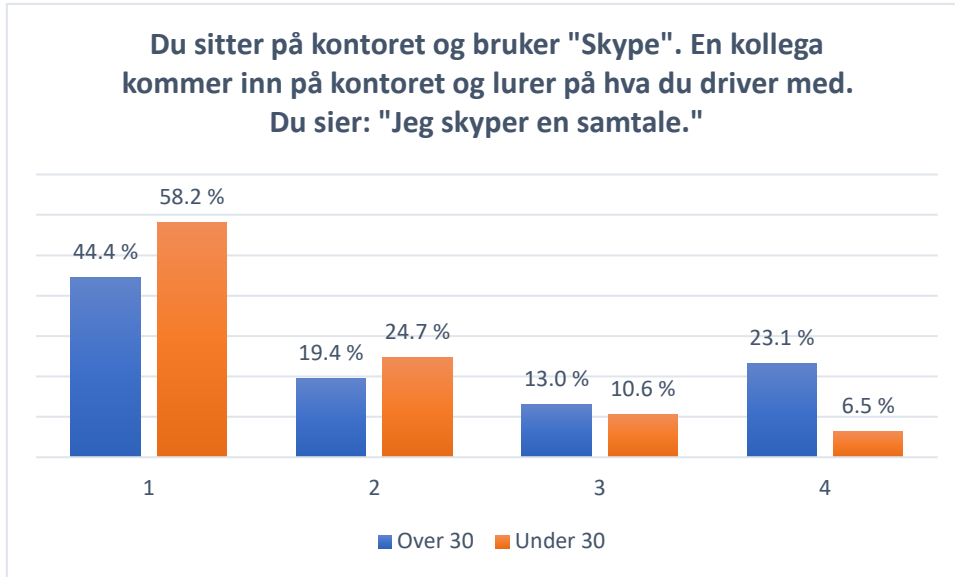
Figur 2.4



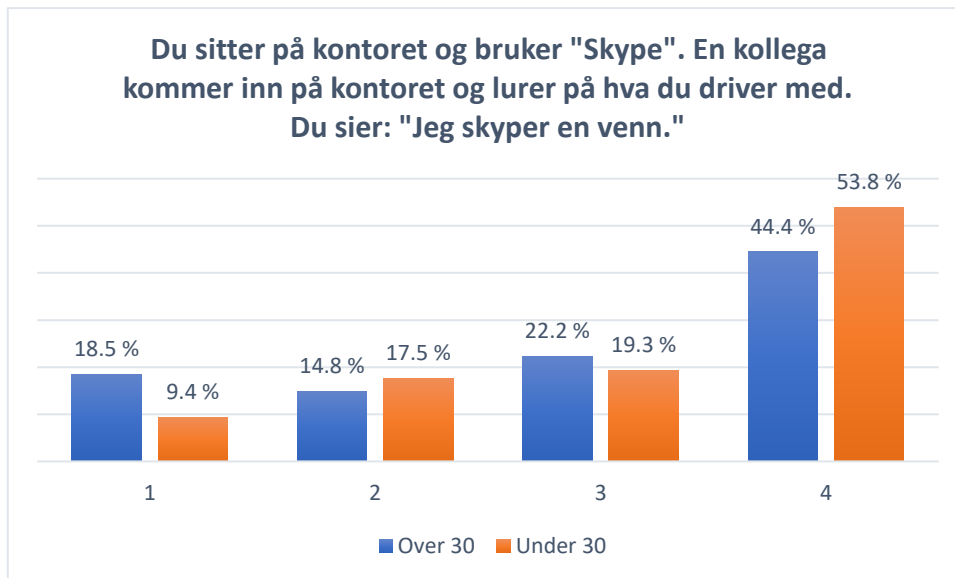
Figur 3.1



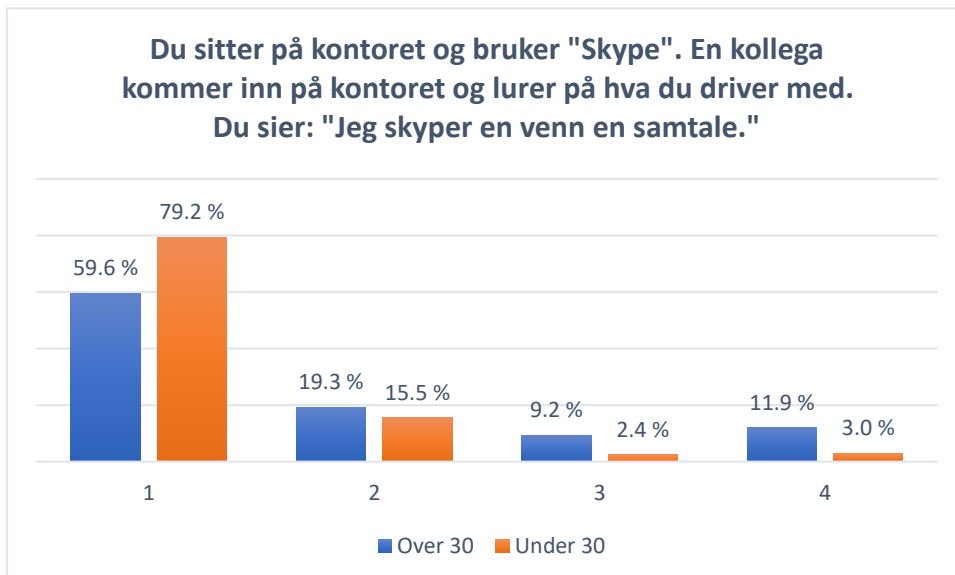
Figur 3.2



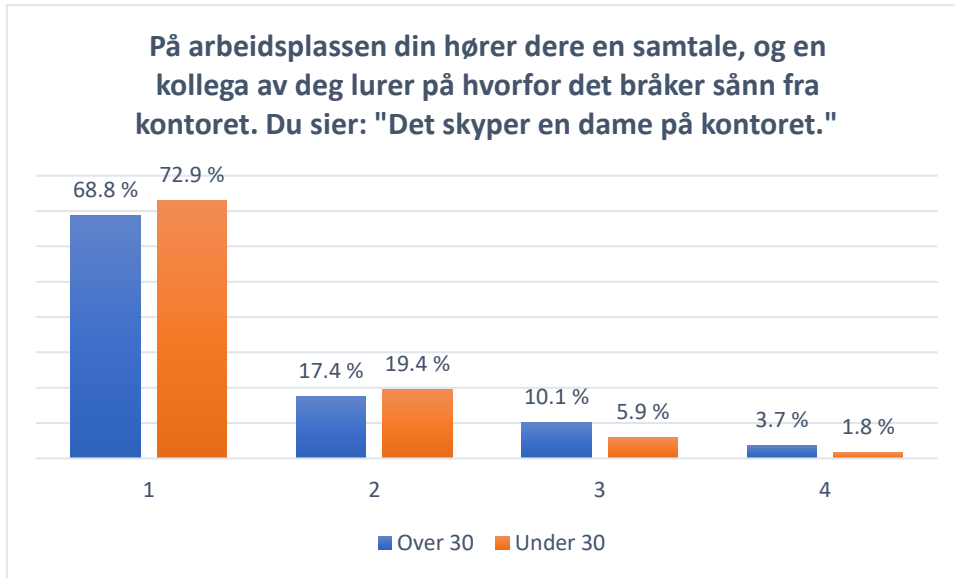
Figur 3.3



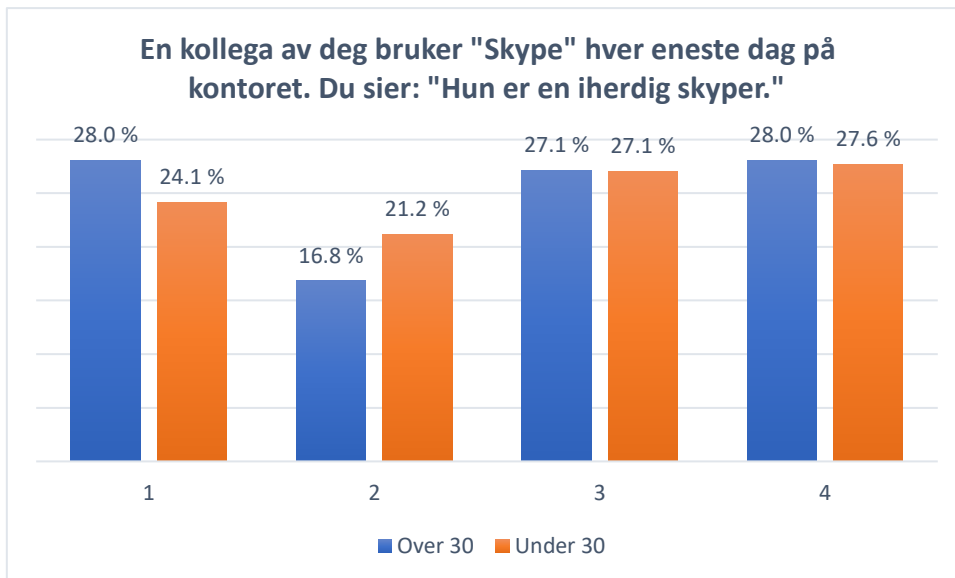
Figur 3.4



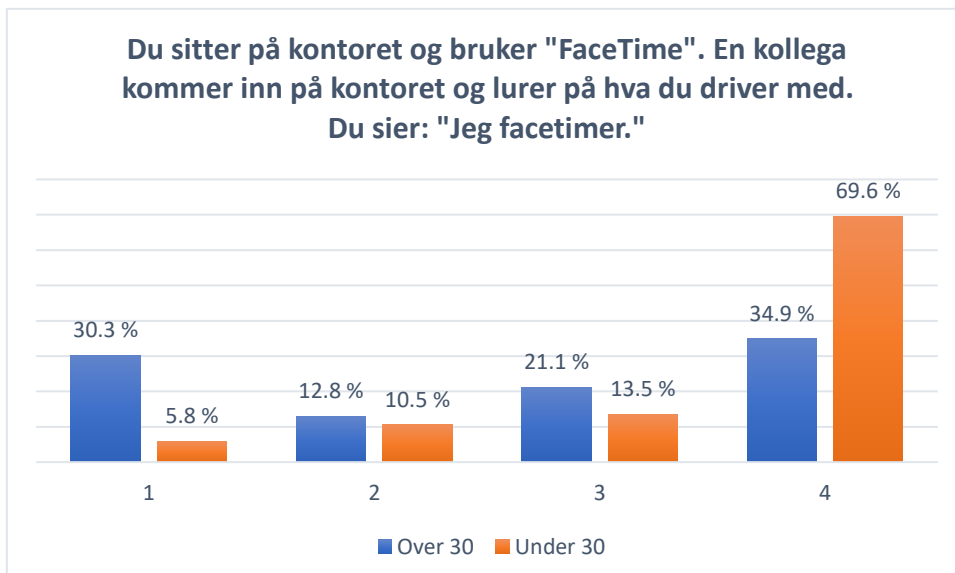
Figur 3.5



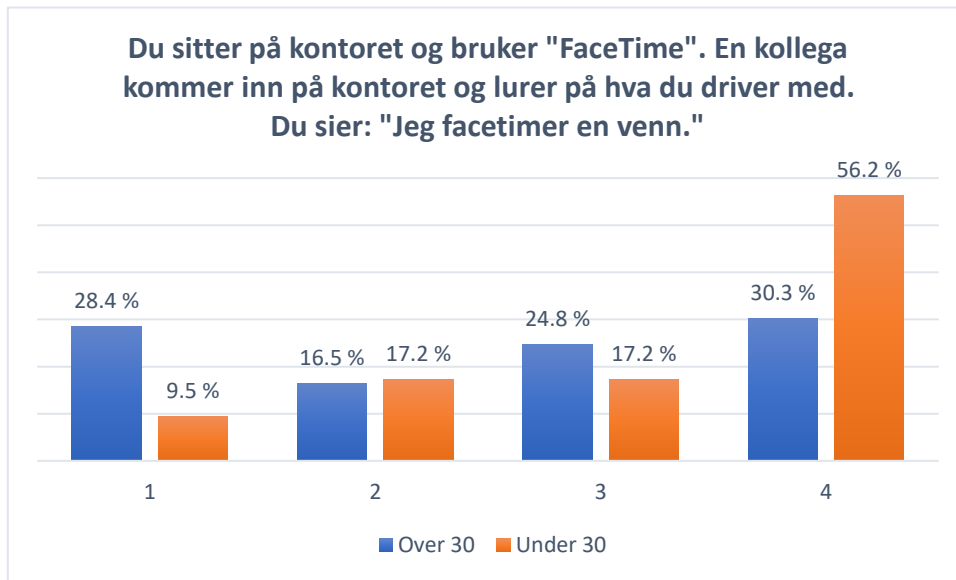
Figur 3.6



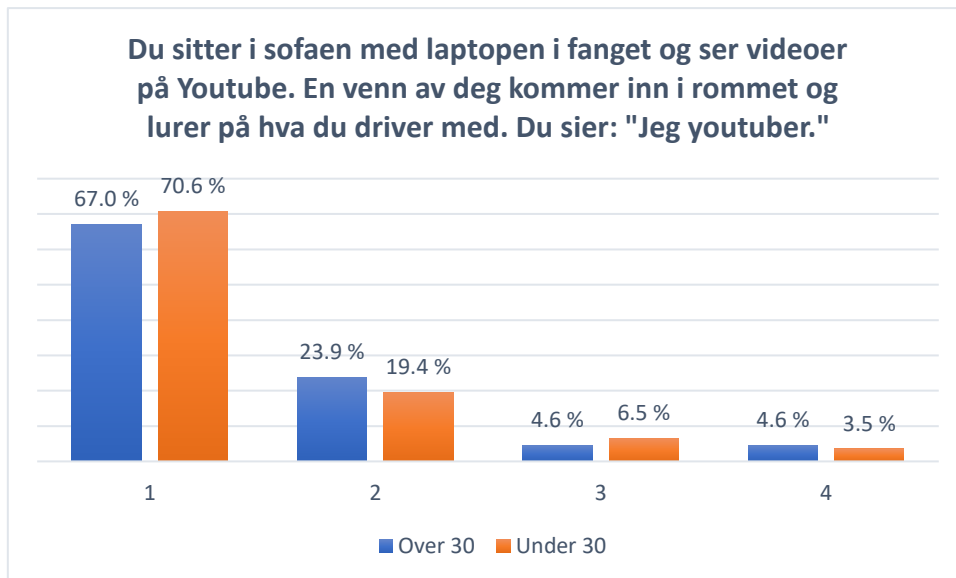
Figur 4.1



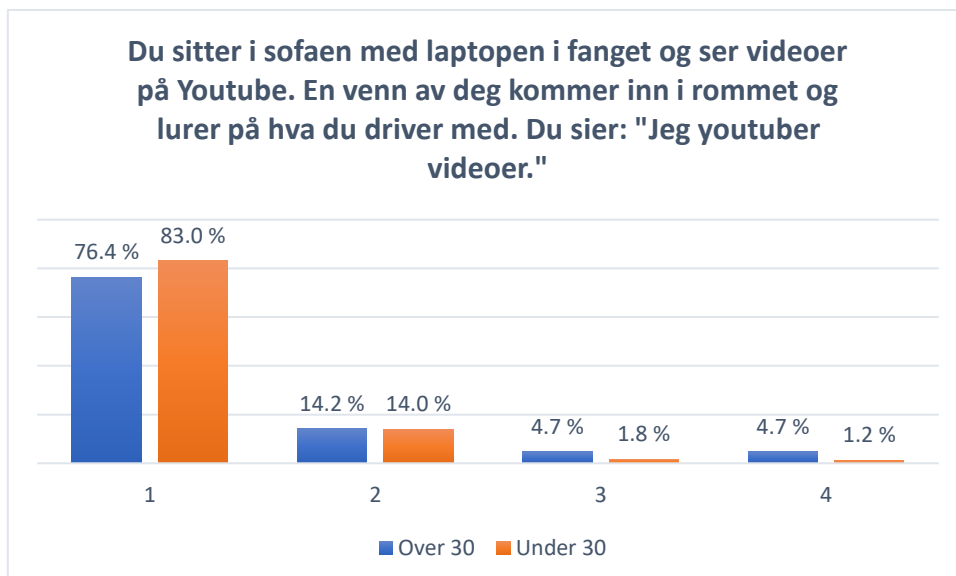
Figur 4.2



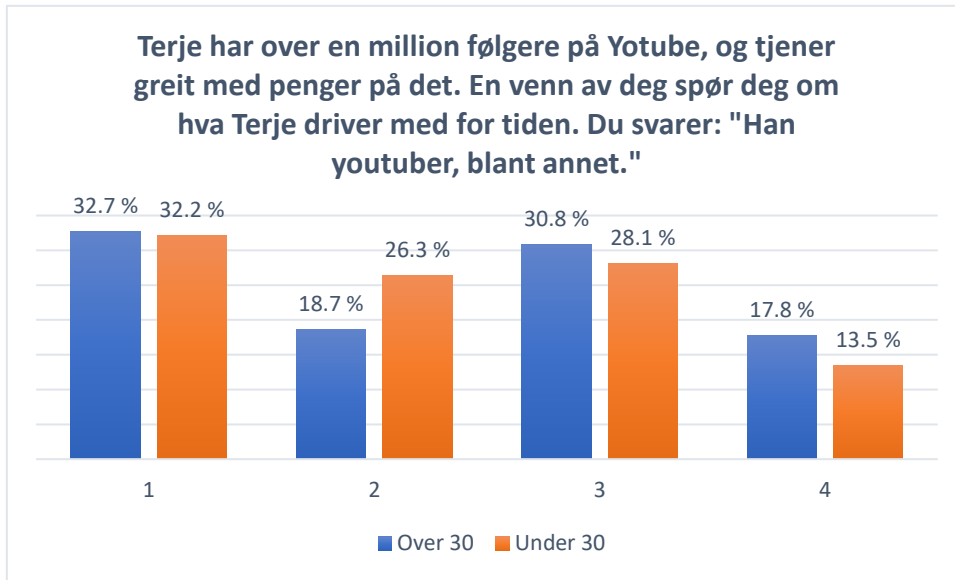
Figur 5.1



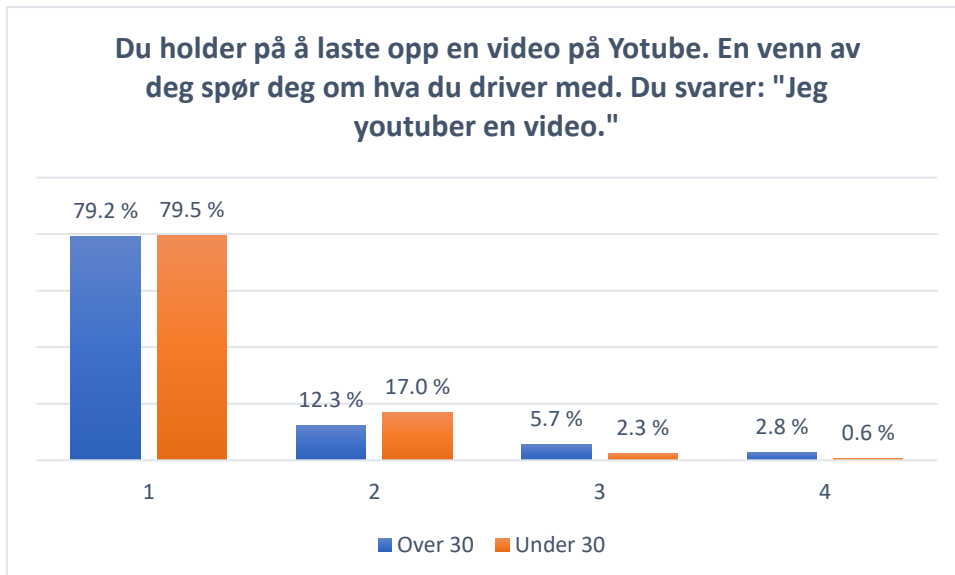
Figur 5.2



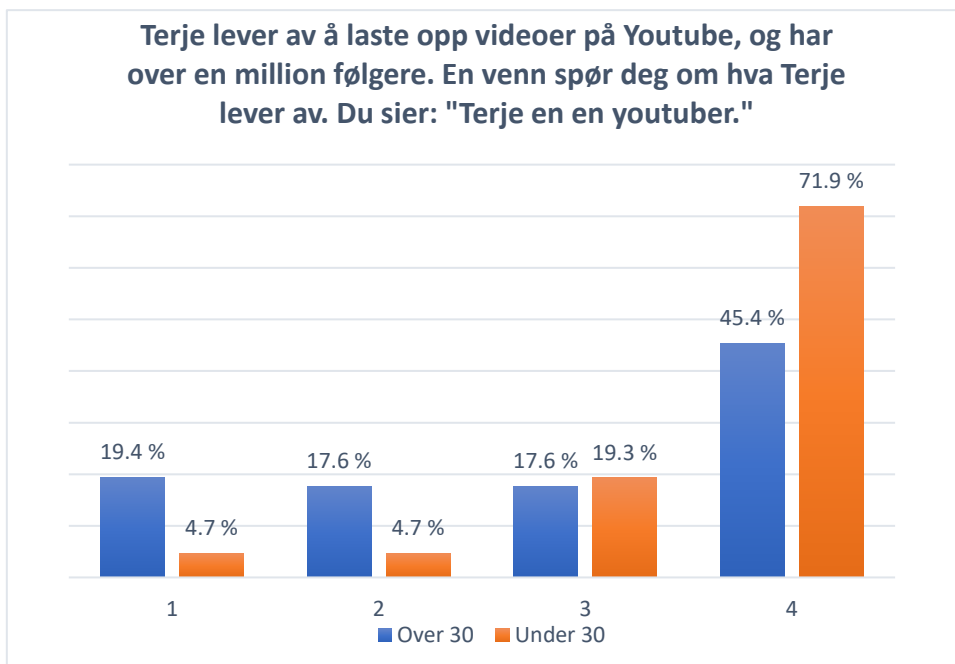
Figur 5.3



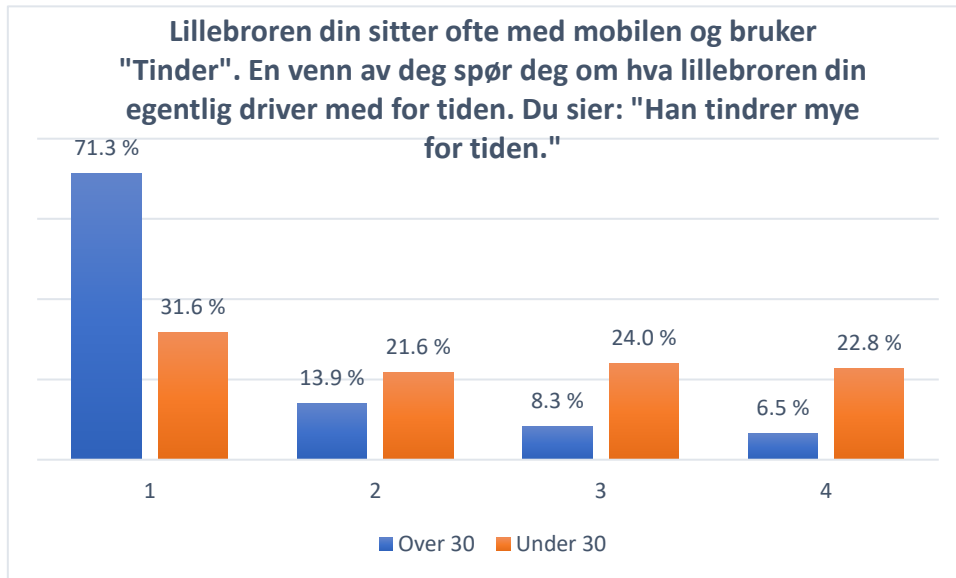
Figur 5.4



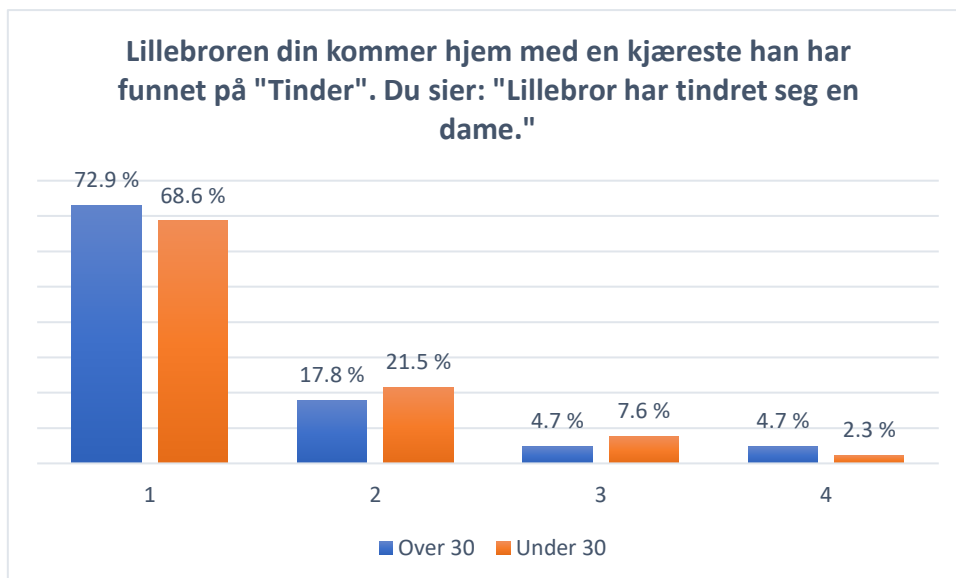
Figur 5.5



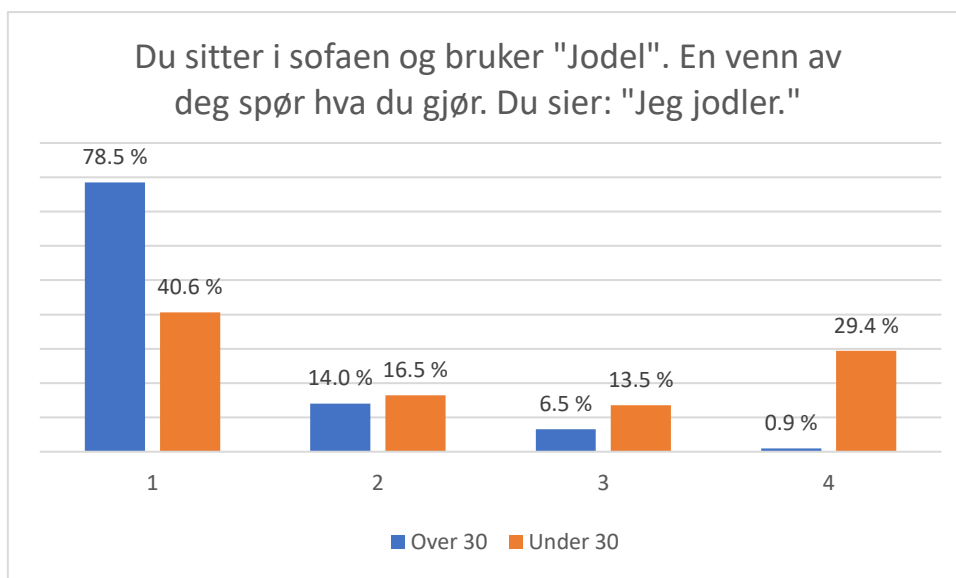
Figur 6.1



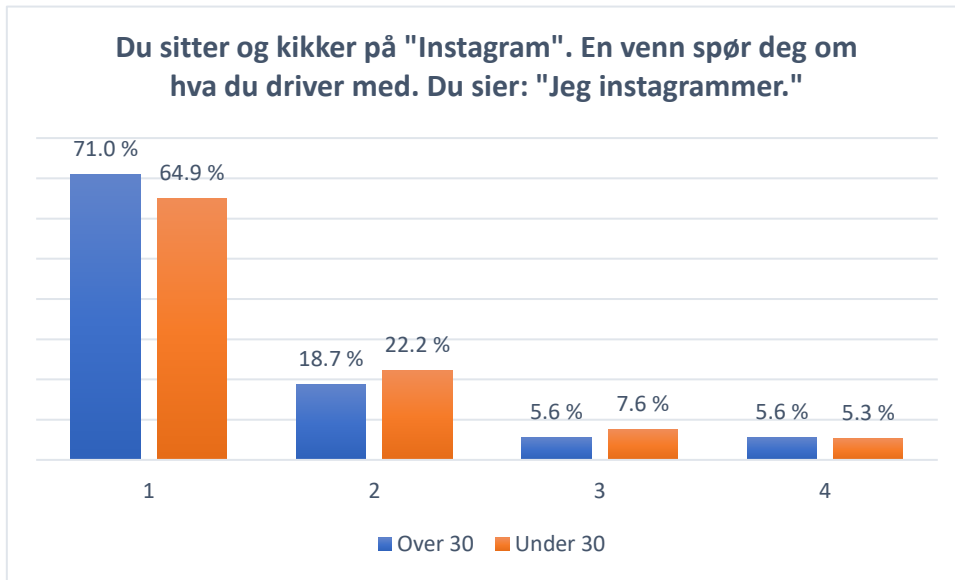
Figur 6.2



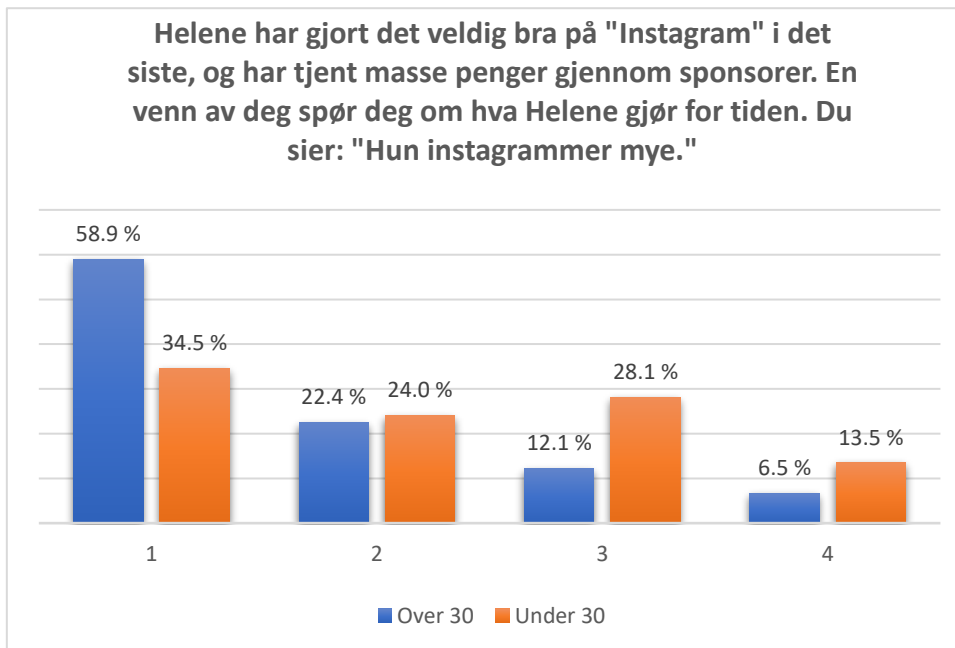
Figur 7.1



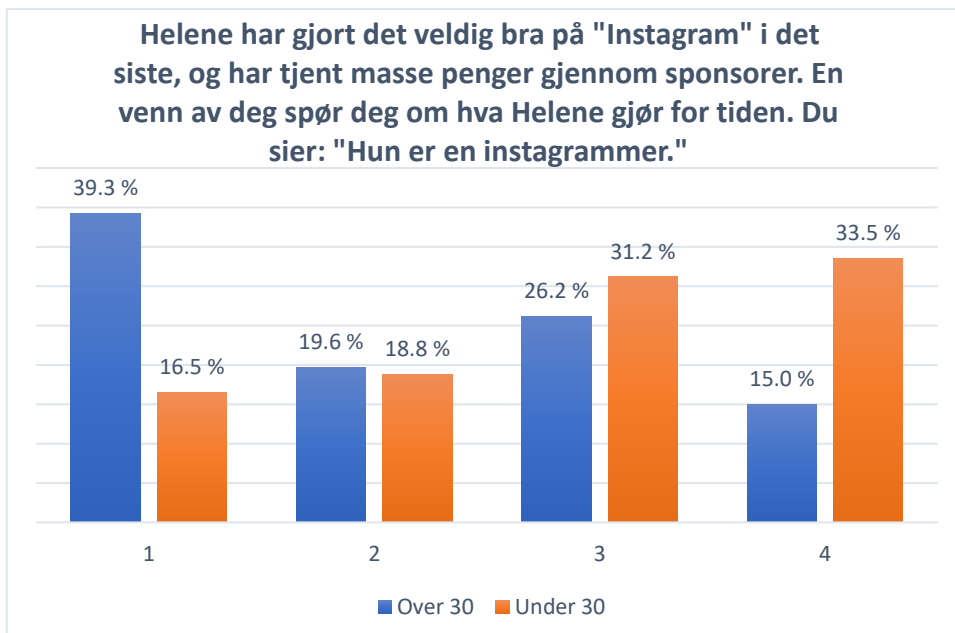
Figur 8.1



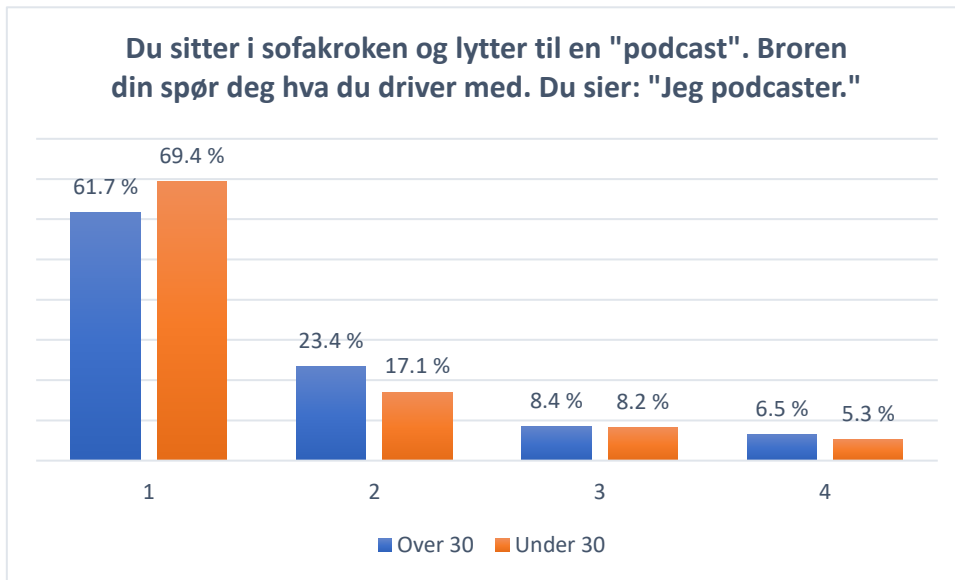
Figur 8.2



Figur 8.3



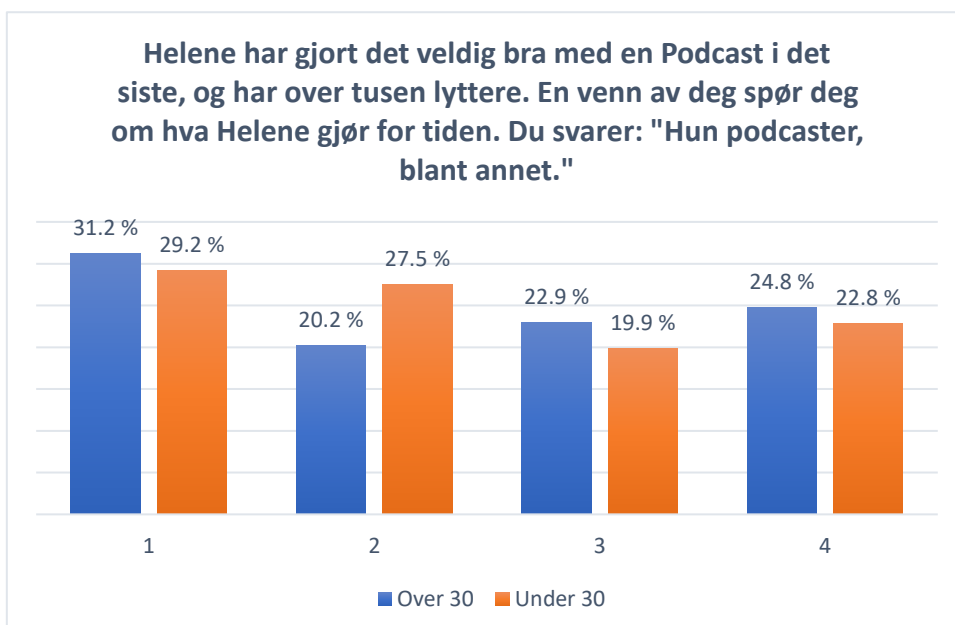
Figur 9.1



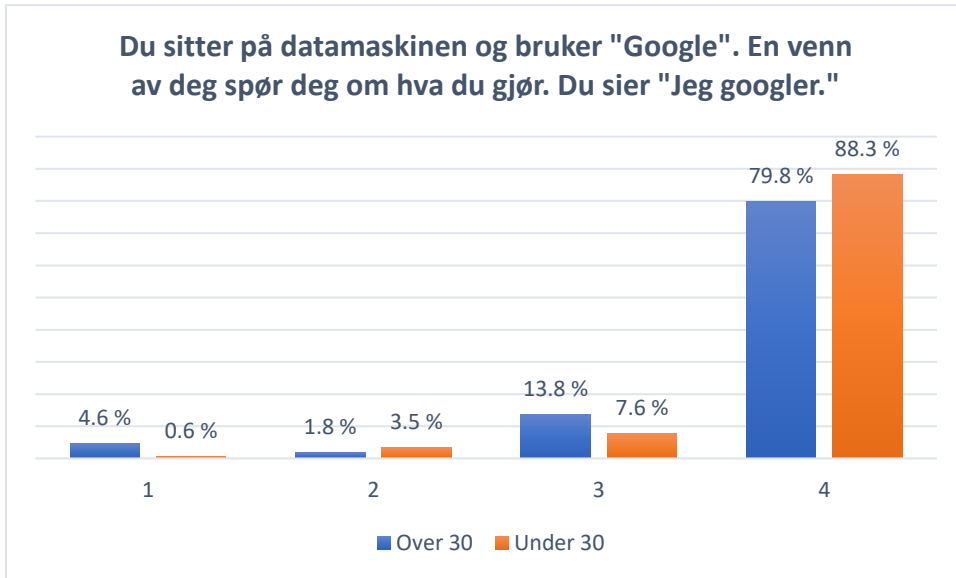
Figur 9.2



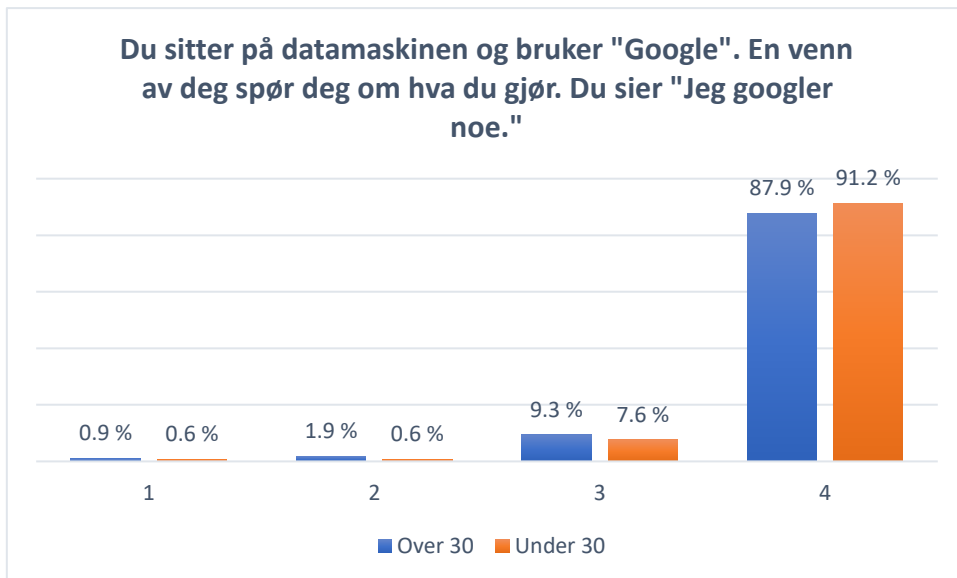
Figur 9.3



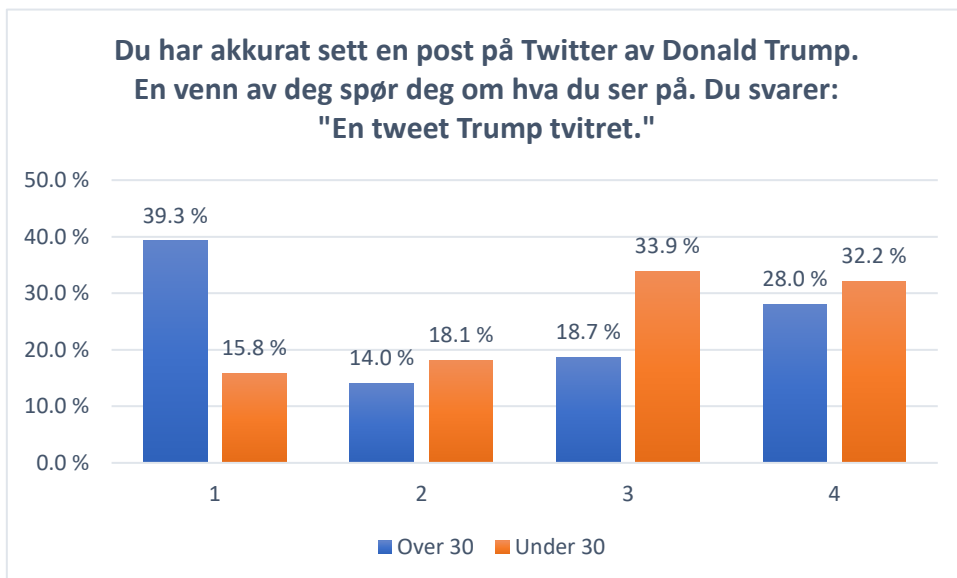
Figur 10.1



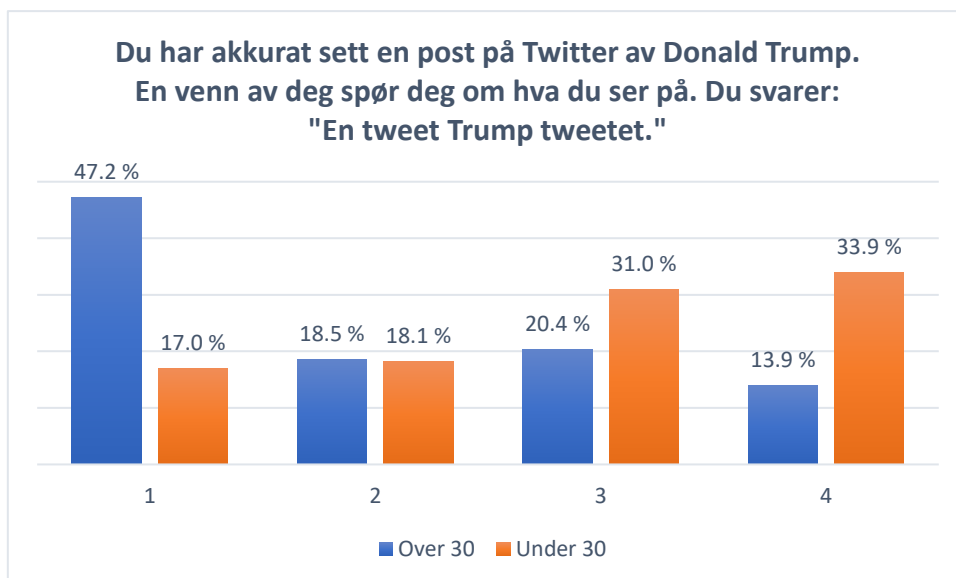
Figur 10.2



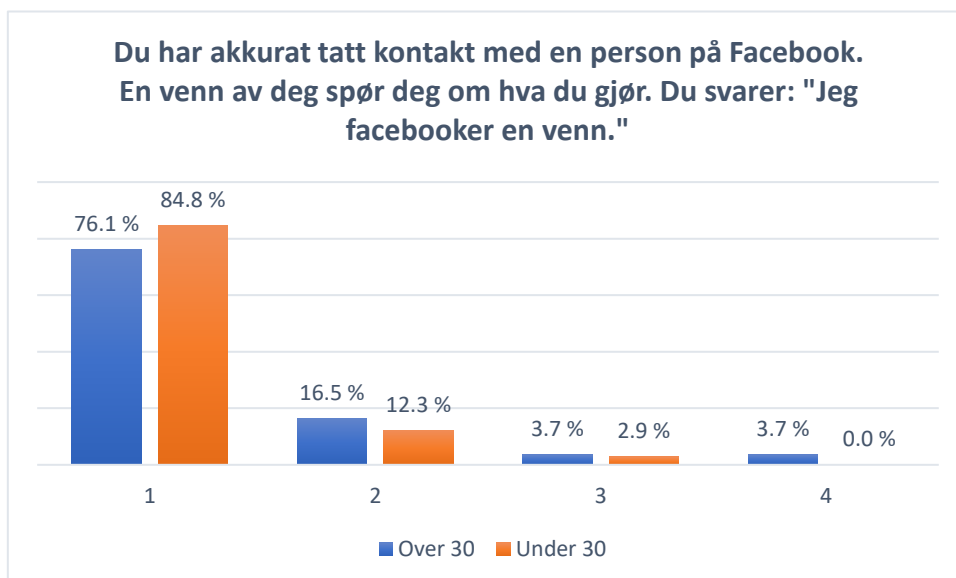
Figur 11.1



Figur 11.2



Figur 12.1



Vedlegg 2: intervjuer

I: Informat

E: intervjuer

Informant 1: Svein

E: Jeg kommer til å stille deg spørsmål om 12 forskjellige verb, også skal du få lov til å utdype på noen av spørsmålene, da. Så, første verbet liste er å google. Hva legger du i det verbet?

I: Å google?

E: Ja

I: Det, for meg betyr det å søke. Søke på internett. Og i da Google sin søkemotor.

E: Etter hva da?

I: Da søker jeg etter det jeg måtte lure på, egentlig alt mulig. Før øyeblikket mest faglig.

E: Ok.

I: Enten for bekreftelse, eller for ny informasjon, da.

E: Ok. Ja. Over 80% av de som har tatt spørreundersøkelsen min oppgir verbet å google som et helt naturlig verb. Hvorfor tror du det er et så naturlig verb?

I: Nei, det tror jeg kan være fordi at Google er den søkemotoren de fleste bruker, da. Jeg tror mange ser på det å søke på internett som det samme som å bruke Google, da. At andre søkemotorer også egentlig, om du bruker, hva de heter? Yahoo eller, at du da, eller Kvasir, at du egentlig da sier at du skal google noe. Tror det bare er blitt en helt vanlig, altså nesten indoktrinert i språket vårt eller noe, på den måten.

E: Mm. Ja. Fint. Neste verb på lista er verbet å vipps. Hva legger du i det verbet?

I: Å sende penger, via appen Vipps.

E: Over 80% av de som har svart på undersøkelsen oppgir også verbet å vipps som et helt naturlig verb. Men det til tross for at Vipps er en relativt ny digital tjeneste, i forhold til for eksempel Google. Vipps kom ut i 2015 og Google er over 20 år gammelt. Hvorfor tror du at like mange oppgir et så nytt verb som naturlig?

I: For det første tror jeg det er fordi det er blitt brukt mye. For det andre så tror jeg det kan ha å gjøre med at Vipps dekket et, altså dekket et behov da, som mange trengte, altså dette med å kunne overføre penger fort og uten å være via nettbanken, og bare kunne gjøre via en app. Og derfor tror jeg det spredde om seg veldig fort egentlig, at det er derfor det er helt naturlig. Også vant vel også Vipps en sann der «Årets Nye-ord-pris» tror jeg, som gjorde at kanskje også at det er føles mer naturlig å bruke det, og mer godkjent.

E:

Ok, ja. Så spurte jeg i undersøkelsen om det å omtale en person som en vipps. Det var det bare halvparten, halvparten oppga at det var helt unaturlig. Hva tror det er grunnen til så mange mener at det er unaturlig å kalle en fyr for en vipps?

I: En vipps er jo ikke et verb

E: Nei, jeg tenker substantivet. Hvis jeg for eksempel kaller deg: Du er meg en vipps.

I: Ja

E: Hvis jeg på en måte skal beskrive deg da, som en vipps, spørsmålet er hvorfor tror du så mange synes det er unaturlig å bruke det substantivet om en person.

I: Det synes jeg er vanskelig å svare på.

E: Ja.

I: Men, nei det kan hende fordi at, nei vet du hva, jeg synes det er vanskelig.

E: Ja, da skal du slippe å svare på det. Det er helt ok. Neste verb på lista er verbet å jodle. Hva legger du i det verbet?

I: Jeg har aldri hatt Jodel.

E: Du har ikke det?

I: Nei, men jeg legger i det litt det samme som å tvitte da. Å komme med små utsagn, også her knyttet til en app da. Altså, noe skriftlig. Jodle for meg er noe skriftlig.

E: Ok. 30% av dem som svarte på undersøkelsen som var under 30 år, oppgir verbet som naturlig. Men bare 1% av dem som er over 30 oppgir verbet som helt naturlig. Hva tror du er grunnen til det?

I: Det tror jeg er fordi den appen har en større, altså brukes hovedsakelig av de under 30 da. At enten det er studenter eller elever i skolen, videregående og ungdomsskole. Jeg tror det er en ukjent app for eldre, egentlig.

E: Ok, fint. Neste verb på lista er verbet å snappe. Hva ville du lagt i det verbet?

I: Å snappe?

E: Å snappe.

I: For meg er å snapp to ord da. Jeg mener jo å snappe er å klikke, å bli forbanna.

E: Ok

I: Jeg vet ikke om det har med dialekt å gjøre, men hvis noen snapper så...

E: Men du har en betydning til for verbet?

I: Det er knyttet til å sende bilder på appen Snapchat, ja.

E: Ok. For det verbet, oppgir over 80% av dem under 30 at det er helt naturlig. Men faktisk, over 60% av dem over 30 oppgir også verbet som helt naturlig. Hva tror du er grunnen til at så mange over 30 oppgir verbet som så naturlig?

I: Jeg tror Snapchat egentlig er blitt veldig populært egentlig i alle aldersgrupper, alle aldersgrupper. Jeg tror det, ja, også en større, altså nå kjenner jeg ikke Jodel så godt da, men jeg tror Snapchat har et større globalt spenn også. Også blitt et, det er jo også et medium der man kan finne nyheter og følge kjendiser og lignende da. Jeg tror også av den grunn at det også har skapt en interesse for eldre også, altså de over 30, enten det er via sine barn, at du har fått et inntrykk av appen, eller at du er interessert i det sjøl. Også Snapchat er jo ikke anonymt da, så det er også en måte å holde kontakt på, med venner, og en veldig enkel måte å holde kontakt på.

E: Fint. Ja. Så, i motsetning til det kalle en person foren vippser, så er det derimot ganske mange fra undersøkelsen som mener det er naturlig å kalle en person for en snapper, hvis vedkommende snapper mye. Hva tror du er grunnen til at det er mer naturlig for folk å omtale en person som en snapper kontra en vippser?

I: Å vippse noen er jo noe du gjør når du skylder penger eller skal gi noen penger for å være snill. Så det er jo knyttet til kanskje en handling som ikke er like frivillig av noe slag. Mens Snapchat kan jo være noe du holder på hele tiden nesten som en hobby, eller noe som du gjør fordi at du finner glede i det. Og det tror jeg flere kjenner seg igjen i, da, på en annen måte enn med vipping. Og derfor tror jeg kanskje det å være en snapper, eller å bli kalt en snapper er karaktertrekk i større grad enn en vippser, da, så når du er en snapper så bruker du telefon mye og har kontakt med mange.

E: Ok, fint. Neste verb på lista er verbet å skype. Hva legger du i det verbet?

I: Å skype? Det legger jeg i, da har du en samtale, altså en internettsamtale med noen, telefonsamtale med video, legger jeg i det.

E: Ja, så her har jeg spurt i undersøkelsen min om to forskjellige måter å bruke verbet på. Den ene setninger er: «Å skype en venn», det oppga ganske mange at var ganske naturlig. Men så var det ganske mange færre som mente at det å si: «Å skype en samtale» var naturlig. Hva tror du er forskjellen på de to? Og hvorfor tror du er forskjell i naturlighet?

I: For meg blir det å si å skype en samtale, altså det blir litt smør på flesk. Å skype en venn, det tilsier jo at du da bruker en telefonsamtale eller en videosamtale og kontakter en venn, men det kunne vært, du kunne jo også sagt skype en kollega, eller sånn for å beskrive samtalen og hvem du snakker med. Men å skype en samtale, jeg føler en skype i seg selv er en samtale, da, så det, jeg synes ikke det henger helt på grep da, det blir litt..

E: Overflødig?

I: Overflødig ja, var ordet faktisk

E: Den er god. Neste spørsmål på lista er å facetime. Hva legger du i det verbet?

I: I å facetime legger jeg det samme som å skype, egentlig. Om det, jeg kunne funnet på å sagt å skype noen hvis jeg bruker FaceTime, eller...

E: Motsatt også?

I: Ja, eller motsatt, eller hvis jeg... Nei, ikke motsatt. Jeg kan ikke si facetime foran skype. Nei, mens jeg kan godt si, også skype noen hvis jeg ringer noen på Messenger, da, eller noe sånn, eller lignende. [Utydelig mumling]

E: Ok. Ja. Av de som er over 30 år, oppgir 60% av dem at å skype er helt naturlig å si. Men bare 30% av dem oppga å facetime som naturlig. Hva tror du er grunnen til at så mange færre over 30 mener at å facetime er unaturlig.

I: Facetime, det er å kontakte folk på iPhone, ikke sant? Eller?

E: Meget mulig.

I: Jeg er usikker. Og det kan jo også være litt av grunnen til at det er færre som, at det er mange flere som er som meg da, usikker egentlig på litt hva FaceTime er. Nå har jeg ikke iPhone da, og jeg føler det er mange med dem som bruker det å facetime. Men det kan også hende fordi at Skype har hatt et lengre liv da, eller vært med i spillet lengre. Det kan ha noe med det å gjøre.

E: Ok. Ja, neste verb på lista, er verbet å youtube. Hva legger du i det verbet?

I: Å youtube. Hva jeg legger i det? Det er å henge på Youtube, den internettsiden, strømmesiden, og se på videoer. Enten.. ja. Men å youtube vil jeg også si er det å ha en bruker på Youtube der du legger ut videoer da, selv, ikke bare ser på andre sine videoer. Men det å youtube er aktiviteter, eller ja, handlinger knyttet til den strømmesiden.

E: Ok. For at i undersøkelsen mener flere at det er naturlig å bruke verbet youtube hvis det gjelder å legge ut material. Hvorfor tror du det er et overtall av mennesker som mener det, kontra å se på videoer på Youtube

I: Det kan ha en sammenheng med det å være en youtuber. Fordi hvis du bare ser en video så kanskje folk, eller hvis du legger ut videoer vil jeg kalle deg en youtuber. Men du er ikke en youtuber hvis du bare ser videoer da. Så det å youtube kan jo være at folk knytter de to mer sammen da.

E: Ja, for da har du egentlig svart litt på neste spørsmål også, for det handler da om substantivet av verbet som er en youtuber. Så da har jo du egentlig svart på det også, hva du legger i en youtuber

I: I youtuber legger jeg at du må legge ut videoer på Youtube, og ha en aktiv brukerkonto.

E: Har det en sammenheng med hvor stor du er på Youtube også?

I: Nei. Men, det går jo an å være kjente youtubere, og mindre kjente youtubere.

E: Ok. Neste verb på lista er verbet å instagramme. Hva legger du i det verbet?

I: Å instagramme, da legger du ut bilder på Instagram. Da bruker du appen aktivt da, selv.

E: Ok, ja. For at 66% oppgir at det er unaturlig å bruke verbet dersom du bruker det for å kikke på andres bilder. Men dersom du bruker det til å laste opp bilder selv, for eksempel ved å sponse produkter eller sånne ting, så mener bare 44% at det er helt unaturlig. Hva tror du er grunnen til det?

I: Nei, det tror jeg har litt med... litt det samme som med Youtube og youtuber. Det å bruke det aktivt som et medium selv, å instagramme, å legge ut noe selv. Mens det å bare scrolle er... jeg vet ikke, kanskje folk ser mer på det som et tidsfordriv mer enn en aktiv... eller som en handling da. Jeg synes det er vanskelig å svare på.

E: Mm. Så kan du da kalle en person som legger ut mye materiale for en instagrammer, på samme måte som en youtuber.

I: Ja.

E: Ja? Ok.

I: Men, ja, det vil jeg si, hvis du legger ut bilder er du en instagrammer, men, ja akkurat som den instagrammeren kan instagramme da.

E: Hvis du legger ut bilder for venner og familie også?

I: Ja, på en privat konto tenker du på?

E: Ja.

I: Ja, da er du en instagrammer tenker jeg.

E: Ok. Ok. Ja, neste verb på lista er verbet å podcaste. Hva ville du lagt i det verbet?

I: Å podcaste?

E: Ja.

I: Det vil være å lage podcaster. Altså spille inn og, ja, lage podcaster. Ikke høre på, men lage podcaster.

E: Ja, den er god. For at i undersøkelsen så oppgir 5% at det er naturlig å bruke det for å lytte til en podcast. Mens 25% oppgir at det er naturlig dersom man lager podcast. Hva tror du er grunnen?

I: Kan du si de prosentene en gang til?

E: Ja. 5% mener at det er helt naturlig å si å podcaste dersom du lytter til den. Mens 25% mener at det er naturlig dersom man lager podcast.

I: Ja, jeg tror det å lytte til en podcast, da føler jeg på en måte at handlingen er å lytte da, å høre etter på et annet produkt, akkurat som du lytter til en radio, eller, jeg ville ikke kalt det å radioe, hvis du lytter til en radio. Og litt det samme tror jeg det er med podcast, at du lytter til en podcast, men hvis du lager podcasten, så kan du... da podcaster du da. Eller spiller inn da, som jeg heller ville brukt

E: Ok. Neste verb på lista er verbet å tindre. Hva legger du i det verbet?

I: Hehe, mye. Å tindre? Det er jo å bruke appen Tinder da. Ja, ikke noe mer enn det.

E: Ok, ja. 15% i undersøkelsen oppgir at å tindre er naturlig å si. Men bare 3% oppgir at det å si å tindre seg en dame er naturlig. Hva tror du er grunnen til at det er mindre naturlig å si det?

I: Jeg tror det er mindre naturlig å si det, eller, folk opplever det mindre naturlig si fordi at man også kanskje har hørt det mindre da. Å tindre seg en dame synes jeg gir mening. Jeg skjønner hva setningen betyr, men jeg synes det høres litt unaturlig ut likevel. Jeg tror kanskje det har med å gjøre at jeg har hørt det lite da. Fordi... nei jeg klarer ikke helt å forklare det.

E: Nei, men det går fint. Du svarte på spørsmålet. Neste verb på lista er å tweete eller å tvitte. Hva legger du i det verbet

I: Å tvitte vil si å legge ut tweets da, på Twitter. Appen, eller nettsiden Twitter.

E: Tweeter du hvis du sitter og kikker på andres tweets?

I: Nei, da leser du tweets

E: Ok. Ok. Siste verbet, det er verbet å facebooke. Hva legger du i det verbet?

I: Å facebooke, det, å facebooke, det legger jeg i å bare bruke appen. Eller det sosiale mediet da egentlig. Både scrolle eller kommentere, like, dele, alt egentlig, er å facebooke, det er egentlig alt bare knyttet til det sosiale mediet.

E: Ok. I undersøkelsen, så er det faktisk ingen, ikke en eneste en som er under 30 år som oppgir det verbet som et naturlig verb. Hva tror du er grunnen til det?

I: Å facebooke? Det kan hende det er fordi at... altså en ting er at kanskje at Facebook er blitt så stort, at det er blitt delt opp i flere mindre deler, for eksempel Messenger da. At hvis man chatter på Facebook så bruker man

heller Messenger. Så kan det også hende det er fordi at Facebook også er et medium som på en måte har samlet veldig mange sosiale medier, enten det er for å chatte, eller dele bilder, eller kommentere nyhetssaker, eller legge ut statusoppdateringer eller nyhetssaker selv, litt sånn som du finner igjen i Twitter og Instagram da, bare i mindre deler. Og det at du er på Facebook og liker noe, kanskje folk da ser på det å like eller å dele som handlingen, annet enn å kalle det å facebooke, at det blir for stort begrep.

E: Ok. Det er derimot et par stykker over 30 som oppgir verbet som naturlig. Hva tror du er grunnen til at de over 30 i større grad mener det er naturlig

I: Kanskje fordi at de over 30 i større grad bruker Facebook til det som det var ment til å brukes. Og som kanskje yngre gjorde mer for fem år siden. Man snakker jo om at Facebook er tatt over av de voksne. Mens yngre, meg selv for eksempel, stort sett bruker Facebook til å... enten i grupper, holde kontakt med venner, eller være med i et idrettslag, altså, dele og motta beskjeder der. At Facebook for yngre kanskje har fått en mer sånn der funksjonell verdi. Mens for de over 30 har det fremdeles den der, hva skal man si, sosiale aspektet da, av å kunne dele av sin egen hverdag, og motta mer informasjon av venners daglige liv.

E: Ok. Det var siste spørsmål. Da avslutter vi.

Informant 2: Signe

E: Ok, så, det første verbet jeg ønsker å spørre deg om er verbet å google. Hva legger du i verbet å google.

I: Det er at du inn på Google og sjekker ut et spørsmål du lurer på, at du skriver det inn i feltet på søkemotoren, også at du får et svar, og dette svaret prøver du å oversette til noe du... som kan være svar på spørsmålet ditt. Men jeg tror også jeg kan bruke google om andre søkemotorer enn Google. At det er blitt litt sånn generell betegnelse for det å finne ut noe på internett.

E: Mhm. Informasjon?

I: Informasjon, ja.

E: Ja. Fordi over 80% av de som har svart på spørreundersøkelsen min, de har svart at å google er et helt naturlig verb. Hvorfor tror du det er et så naturlig verb.

I: Nei, jeg vet ikke. For det første tror jeg kanskje det har noe med at det er ganske lett å si, at det, jeg vet ikke jeg, at folk, jeg vet ikke, jeg har kanskje inntrykk av at nordmenn og andre språk da, men nordmenn også, liker å krydre språket med litt sånn engelske ord og diverse. Også, jeg vet ikke, Google er jo en kjempestor søkemotor. De har sikkert vært god til å reklamere og har reklamer, alle har hørt om dem, de er jo over alt, så jeg vet ikke, ja, en kombinasjon av at det er en stor søkemotor og et, jeg vet ikke jeg, et artig ord å si. Jeg husker, jeg tror det første jeg lærte av læreren min på ungdomsskolen, hun sa det, vi synes det var veldig morsomt, hun var ganske gammel, og til og med hun hadde lært ordet google, så det, ja...

E: Ok, takk. Det var verbet å google. Vi går litt fort gjennom, da, for det er ganske mange spørsmål. S neste spørsmål på listen er å vippse. Hva legger du i det verbet?

I: Å vippse, da sender du penger til noen andre gjennom appen Vipps. Ja.

E: Ja. Over 80% av de som svarte på undersøkelsen oppgir også det verbet som helt naturlig. Å vippse. Dette til tross for at Vipps er en relativt ny app, i 2015 kom den ut, i forhold til Google som kom ut for over 20 år siden. Hvorfor tror du det er like naturlig å bruke verbet å vippse som å google, når Vipps er så mye nyere og mindre etablert enn Google?

I: Jeg tror det også har en sammenheng med at, ja, appen heter jo Vipps, og bare ved å... det er et enkelt ord å si, og det er liksom, alle skjønner at det innebærer appen Vipps, og at du gjør det om til et verb. Jeg føler det er mange sånne ord som blir forverba, jeg vet ikke om det er det som er det rette ordet, men at du gjør substantiv eller adjektiv om til verb. Og pluss at det er jo utrolig mange som har den, det var jo kanskje en av de første betalingstjenestene, alle har den, jeg tror ikke jeg har møtt noen som ikke har Vipps. Det er sikkert det at det er så vanlig blant alle, og det er jo et veldig godt verktøy, en god løsning for betaling, så, ja.

E: Ja. Men, det er bare halvparten som oppgir at det er, nei. Halvparten av de som har svart på undersøkelsen oppgir at det er helt unaturlig å kalle en person som ofte vippser for en vippser. Hvorfor tror du det er så unaturlig for folk å kalle noen for en vippser?

I: Jeg vet ikke jeg, men jeg føler hvis du skal gi noen et navn for å være noe, så må det jo kanskje være noe som er litt unikt for den personen. Jeg tenker hvis du gir vennene dine kallenavn så tar du jo det som er litt unikt for dem, men når alle vippser, så blir det jo veldig, altså da har det jo ikke noe poeng å gi den personen en vippser, fordi det er liksom ikke noe enestående identitetsnavn på en person da, siden alle gjør det. Ja. Jeg tror det er det jeg har å si om det.

E: Ja, fint. Neste verb på listen, det er verbet å jodle. Hva ville du lagt i det verbet?

I: Jeg vet ikke jeg, sikkert det å skrive poster på Jodel, kan jeg se for meg. Eller kanskje det å scrolle gjennom Jodel. Jeg har ikke Jodel selv, så jeg bruker det ikke, men, nei, jeg vil kanskje si at det er hvis du skriver innlegg på Jodel, da jodler du.

E: Ja. 30% av de som svarte på undersøkelsen som er under 30 år, de oppgir verbet som helt naturlig. Men kun 1% av de som er over 30 år oppgir verbet som helt naturlig. Hva tror du er grunnen til det?

I: At det er mye større blant person som er under 30, ja. Jeg har ikke Jodel selv, det er veldig få av vennene mine tror jeg, som jeg vet av, som har Jodel. Jeg vet ikke jeg, når du ikke har Jodel, så blir det kanskje, et ikke naturlig ord å bruke.

E: Ja, fint. Neste verb på listen er verbet å snappe. Hva legger du i verbet å snappe?

I: Å sende en snapchat, tror jeg, ja. På appen Snapchat.

E: Ja. For det verbet, så oppgir over 80% av de under 30 år at det er helt naturlig å bruke det verbet. Over 60% av de over 30 oppgir det samme. Hvorfor tror du at så mange over 30 opplever det verbet som så naturlig, kontra for eksempel verbet å jodle.

I: Jeg tror det er flere eldre som har det, altså både moren og faren på godt over 60 har Snapchat, så ja, jeg tror kanskje det er en mer utbredt app blant folk, enn det Jodel er. Ja, det tror jeg er grunnen til det.

E: Ja. Også da, i motsetning til det å omkalle en person som en vippser, så oppga faktisk halvparten at det å omkalle en person som en snapper hvis en person snapper ofte, at det er helt naturlig. Hva tror du er grunnen til det?

I: Det finnes jo noen ekstreme snapbrukere da, som snapper veldig mye og ofte, og jeg tenker kanskje hvis du er såpass mye aktiv på Snap at det faktisk er mer enn alle andre, da tror jeg det er innafor å bli kalt en snapper. Men hvis du ikke gjør det så intenst og ofte som en snapper ville gjort, så kvalifiserer du ikke helt til det navnet.

E: Ok. Neste verb på lista, er verbet å skype. Hva legger du i det verbet?

I: Å ringe på Skype, på PC, med kamera og mikrofon.

E: I spørreundersøkelsen, så spurte jeg etter naturligheten på to forskjellige setningsstrukturer. Det ene var «å skype en venn», mens det andre var «å skype en samtale». Veldig mange anså det å si å skype en venn som helt naturlig, å skype en venn. Men det var ikke så mange som mente at det å skype en samtale var så naturlig. Hva tror du er grunnen til det?

I: Nei, jeg vet ikke jeg, jeg tenker kanskje at å skype en samtale er kanskje smør på flesk da, du sier på en måte at du ringer to ganger. Det å ha en samtale, jeg føler at innbakt i ordet skype ligger det at du har en samtale. Mens det å skype en venn er å ha en samtale med en venn, og setninga gir kanskje litt mer mening enn den forrige.

E: Ok. Neste verb på lista er verbet å facetime. Hva legger du i det verbet?

I: Å ringe på FaceTime. Ja, er ikke det en sånn iPhone-app, på Messenger eller noe? Når du ringer med kamera, og prater?

E: Jo.

I: Ja, da facetimer du.

E: Ok. Over 60% av de som er over 30 år oppga å skype som et helt naturlig verb, mens bare 35% oppga å facetime som et helt naturlig verb. Hva tror du er grunnen til det?

I: Nei, at skyping, jeg vet ikke, det ble jo større litt før FaceTime. Det er sikkert sånn at eldre generasjonen er mer vant til Skype, og FaceTime er en nyere, mer moderne, nyere ting å bruke, kanskje ikke like innarbeidet blant eldre befolkning ennå.

E: Ja. Neste verb på lista, er verbet å youtube. Hva legger du i verbet å youtube?

I: Jeg vet ikke jeg. Nei, jeg tenker at da ser man på youtube. Enten så er det det, ellers så er det å være en aktiv youtubebruker, og laste opp filmer, og ha sin egen kanal og sånn. Men, for meg er det å se på Youtube.

E: Ja. Dersom man tar i betraktning at verbet betyr å kikke på videoer på Youtube, så mener 80% at det er helt unaturlig.

I: Å bruke det ordet?

E: Å bruke youtube for å kikke på Youtube. Men dersom man er en person som ofte legger ut materiale på Youtube så er det kun 30% som mener at det er unaturlig. Så hvorfor tror du det er mer naturlig for andre folk å bruke verbet å youtube som et verb som beskriver en som legger ut materiale, kontra en som sitter og kikker på materiale.

I: Jeg kan jo se for meg at det er ganske mange flere som sitter og ser på Youtube, enn det er folk som legger ut ting der. Nå er det folk som sier selv at de legger ut ting på Youtube, som kaller det å youtube?

E: Nei, at jeg kan omtale for eksempel, jeg kan bruke verbet youtube om deg, hvis du gjør det ofte, hvis du er en som legger ut materiale, det er det jeg tenker på. Ikke nødvendigvis at du youtuber selv, men at du bruker verbet youtube om andre, eller i det hele tatt.

I: Ok, det er unaturlig?

E: Folk fra undersøkelsen mener at det er unaturlig dersom du bruker det for å beskrive at noen kikker på Youtube, mens det er flere som mener at det er naturlig hvis du beskriver noen, eller seg selv, som legger ut ting på Youtube aktivt.

I: Ok, jeg vet ikke helt. Jeg ser ikke så mye på Youtube at jeg har... jeg skjønnte ikke spørsmålet helt.

E: Det går bra. Du har egentlig svart på det. Fordi du er usikker, og du ga meg et svar tidligere. For det er ikke sånn at alle disse verbene, det er ikke automatisk at du skal vite hva alle verbene betyr, det er det jeg er ute etter å finne ut her. Jeg føler jeg fikk et greit svar fra deg.

I: Ok.

E: Over 60% av de som svarte på undersøkelsen sier at det er helt naturlig å omtale en person som ofte legger ut materiale på Youtube for en youtuber. Hvorfor tror du så mange mener at det er naturlig?

I: Det blir på en måte en beskrivelse av en person. [Nøling]

E: Karakteristisk, kanskje?

I: Ja, mer karakteristisk enn det å youtube. Jeg tenker når du er en youtuber gjør du det ofte kanskje, men det å youtube kan du gjøre en gang i tiåret, eller en gang i året, det blir liksom ikke så veldig beskrivende. Sier ikke noe om intensiteten av youtubinga, mens hvis du er en youtuber så gjør du det ofte, da er du litt sånn inn i den kategorien av folk som gjør det her ofte.

E: Ok. Neste verb på lista, det er verbet å instagramme. Hva legger du i verbet å instagramme?

I: Å legge ut bilder eller videoer på Instagram.

E: Ok. 66% oppgir at verbet å instagramme er helt unaturlig dersom man bruker appen til å ikke på andres bilder. Men dersom man bruker verbet til å beskrive at man laster opp bilder, for eksempel til å sponse produkter, eller legge ut bilder, så mener bare 44% at det er helt unaturlig. Hvorfor tror du er en forskjell på det?

I: Jeg føler du er litt mer aktiv bruker når du legger ut ting. Mens alle sitter og scroller. Sitter og scroller på Instagram, kikker gjennom. Kanskje man gjør noe mer aktivt når an legger ut noe, og derfor kvalifiserer det også litt mer for å kalle det å instagramme. Det er litt mer spesifikt knyttet opp mot den appen.

E: Ja. Neste verb på lista er verbet å podcaste. Hva legger du i verbet å podcaste?

I: Det tror jeg er når du lager en podcast selv, og legger den ut. Når du spiller inn podcasten, ikke hører på, spiller inn.

E: Ja, for de som har svart på undersøkelsen er enige med deg. 5% mener at det er naturlig å bruke det hvis du lytter. Og 25% mener at det er naturlig dersom du aktivt legger ut eller lager podcast. Så hva tror du er grunnen til det?

I: Nei, det blir kanskje litt samme svar som i sta, men at du er litt mer aktiv, aktivt inn i det når du spiller inn, og da kvalifiserer det mer til å kalles å podcaste, når du spiller inn og lager en podcast, fremfor når du lytter på det, for det gjør du liksom så ofte, du kan jo lytte på lydbøker eller hva enn det er. Du må gjøre det skikkelig når du skal kalle det det, og det gjør du ikke når du lytter, det gjør du når du lager det.

E: Ok. Neste verb på lista er verbet å tindre. Hva legger du i verbet å tindre?

I: Det er å scrolle, nei å sveipe på Tinder. Ja.

E: Ok. Der har jeg spurt spørsmål om forskjellige måter å bruke verbet på. 15% mener at det er naturlig hvis du bruker det for å omtale at du finner deg en kjæreste. Men hvis jeg for eksempel hadde sagt å tindre meg en dame, er det bare 3% som mener at det er naturlig. Hvorfor tror det er så unaturlig for folk å bruke det?

I: Det er kanskje ikke det, men jeg føler kanskje at Tinder er litt tabu, jeg vet om ganske mange par som har møttes på Tinder, men som har funnet på en annen historie enn at de har møttes på Tinder. Det å tindre seg en dame, det er et litt løssluppet ord så liksom når du sitter og sveiper, som er en litt løssluppen ting å gjøre, da er det ikke så seriøst, da er det greit å bruke det ordet, det er liksom en litt sånn morsom sjargong, når du da skal si at du har fått deg kjæreste, eller møtt noen spesiell, så er det ikke Tinder du har lyst til å forbinde det med. Det er litt sånn useriøst å finne seg kjæreste på Tinder. Tindre? Er ikke det et annet ord også? Jeg har aldri hørt noen bruke ordet tindre før.

E: Jeg tror det har noe å gjøre med snø også.

I: Ja, nei, jeg vet ikke, jeg føler jeg har hørt det før i noen annen sammenheng.

E: Det kan godt være. Neste verb på lista er verbet å tweete eller tvitre. Hva legger du i det verbet?

I: Det er nå du skriver kommentarer eller legger ut innlegg på Twitter.

E: Ok. Neste verb på lista, det er verbet å facebooke. Hva legger du i det verbet?

I: Hvis jeg skulle brukt det, da har jeg posta en status på Facebook, da har jeg lagt ut noe der, et bilde eller, ja.

E: Ok. Ja, absolutt ingen under 30 oppgir verbet å facebooke som et naturlig verb for dem. Hvorfor tror du at det verbet ikke brukes blant mennesker under 30?

I: Det har sikkert litt sammenheng med at Facebook, jeg vet ikke om det er på veit ut, men det er jo desto færre yngre folk som bruker det enn før. Også jeg føler liksom ikke det klinger godt i hodet mitt heller. Facebooke, det er liksom noe med vokalen på slutten der. Google er flyter godt, men facebooke, det er litt trælete å si. Kanskje Facebook er ikke sett på som det kuleste lenger, nei, da sier man heller at man gjør noe annet enn akkurat det uttrykket.

E: Det er faktisk noen over 30 som bruker verbet å facebooke. Hvorfor tror du det?

I: Kanskje de prøver å være litt kule, være litt i de unges verden. Godt spørsmål. Å instagramme, det kan jeg bruke selv, det er noe jeg kunne brukt. Instagram er stort i vennegjengen min, men for de voksne har slappet opp, at det er det kule å legge til e-endinger på et ord, også sier de å Facebooke. Ja, kanskje for å henge med i de unges verden, men kanskje slått litt feil. Siden Facebook ikke er så veldig in blant den yngre garden.

E: Tusen takk, det var alle spørsmål, da avslutter vi.

Informant 3: Arne

E: Første verb på liste er verbet å google. Hva legger du i det verbet?

I: Det vil si at man bruker Google sitt søkeverktøy på internett, og sjekker ut informasjon om en ting man lurer på.

E: Over 80% av de som svarte på undersøkelsen oppgir å google som et helt naturlig verb. Hva tror du er grunnen til at det er et så naturlig verb?

I: Fordi at det er noe man bruker ofte og man via Google, ved å google finner man gjerne svar på det man lurer på, på en rask og enkel måte. Så det er en naturlig del av folks hverdag.

E: Neste verb på liste er verbet å vippse.

I: Det legger jeg i at man kan betale, overføre penger til en annen person som har lagt ut penger for deg, eller at man gjør opp noe man skylder. Ja, det vil si å overføre penger til en annen person.

E: Ok. 80% av de som svarte på undersøkelsen oppgir også å vippse som et helt naturlig verb. Det til tross for at Vipps er relativt nytt i forhold til Google. Vipps ble populært i 2015, mens Google er over 20 år gammelt. Hva tror du er grunnen til at like mange mener at å vippse er naturlig, selv om appen er mye yngre?

I: Fordi at det kanskje er en tjeneste som ikke har vært så lett tilgjengelig før? Nå har alle en smarttelefon, det er enkelt å legge til appen Vipps, og det gjør at man enkelt kan gjøre opp ting man skylder folk, så at det også er en naturlig del av folks hverdag. Og vi har et samfunn der vi ikke har så mye penger i lommeboka, så da betales det med bankkort, og da er det enkelt at en betaler, og så deler man bare på antall personer etterpå.

E: Ok. Så spurte jeg folk om det å omtale en person for en vippser. Å være en vippser. Det mente halvparten at var helt unaturlig. Hva tror du er grunnen til at det er så unaturlig for folk?

I: Jeg også ville sagt at det var litt unaturlig.

E: Ja, hvorfor det?

I: Fordi at å være en vippser er jo bare en bitte liten, det er noe du gjør, og det tar tyve sekunder å vippse til en annen person. Så man trenger ikke noe spesielt ord for at man er en vippser.

E: Enn hvis du er en som driver og skylder penger over alt, og vippser 50 transaksjoner om dagen da?

I: Jo, men jeg synes ikke det er naturlig å bruke et eget ord for at man er da en som bruker Vipps ofte, at man kaller det en vippser.

E: Den er god. Det er jo ikke alt som faller like naturlig for oss.

I: Du er jo så mye mer enn en vippser tenker jeg. Å vippse er kanskje 0,1 promille av hele deg, og da er det rart å ha et ord for det.

E: Hva legger du i verbet å jodle?

I: Å, det vet jeg ikke helt. Da må jeg tenke litt. Jodle. Jodel. Jeg bruker ikke Jodel, men Jodel er også noe nettsamfunngreier. Det skrives sikkert med y. Jeg bruker ikke tjenesten, så jeg vet egentlig ikke helt hva det er.

E: Nei, da er det ingen hensikt at du svarer heller.

I: Jeg regner med det ikke er jodle du mener.

E: Jeg regner ikke med sangformen nei. Det skal være et verb av en app, men når du ikke har kjennskap appen så er det ikke så viktig at du svarer. Hva legger du i verbet å snappe?

I: Det vil si at man sender et snapchat-bilde, eller en kjapp beskjed til en person.

E: For dette verbet oppgir over 80% av dem under 30 at det er helt naturlig. Over 60% av de over 30 oppgir det samme. Hvorfor tror du at så mange over 30 opplever dette verbet som så naturlig?

I: Fordi at 30-åra er de nye 20-åra. Man er ungdommelig, og up to date fordi om man er over 30.

E: Det er helt opp til døden da.

I: Helt opp til døden ja, 60%? Ja, Snapchat, enkel og fin app som forteller litt om hverdagslivet der og da, og så er det noe som forsvinner hvis man ikke har screenshottet etterpå, så det er en flott app.

E: I motsetning til å kalle en person for en vippser, så oppgir halvparten av de som svarte at å kalle en person for snapper at er helt naturlig. Så hva tror du er forskjellen på å omtale en person for en snapper, kontra å omtale en person for en vippser? Hvorfor tror du flere tror det er mer naturlig å kalle folk for en snapper?

I: Jeg hadde heller ikke ville kalt noen en snapper.

E: Jo, men noen gjør jo det.

I: Ja, over halvparten. Da tenker jeg at Snapchat er noe man bruker oftere og mere regelmessig enn Vipps. Derfor blir det mer naturlig å bruke det uttrykket enn en vippser. Ja, snapping, man snapper kanskje 30 ganger pr dag, mens vippse gjør man kanskje... ja.

E: Hva legger du i verbet å skype?

I: Det vil si at man bruker nettjenesten Skype, der man kan ringe via trådløst nett og snakke med en person, gjerne ansikt til ansikt via en skjerm.

E: Mm. Så testet jeg to forskjellige setninger. Den ene var å skype en venn. Det oppga halvparten at var helt naturlig å si. Så spurte jeg folk om å si at man skyper en samtale, der oppga halvparten at det var helt unaturlig. Så hvorfor tror du så mange mener at det er helt unaturlig å si at man skyper en samtale?

I: Jeg er enig i at det er unaturlig. Og hvorfor er jeg enig i det? Å skype en samtale, samtale er jo noe man har med noen, og da, samtale blir på en måte litt upersonlig, mens det å skype en venn er mer personlig. Å skype en samtale, da høres det ut som at du har planlagt noe du skal si som du sender til en random person. Synes jeg.

E: Neste verb på lista er verbet å facetime. Hva legger du i det verbet?

I: Da bruker man en funksjon på Facebook som ligner litt på Skype, der du kan ringe opp via Facebook, og du kan velge å ha med bilde, altså at vise ansiktet ditt, men du kan også velge å ikke, men det var facetime, så da er det med ansikt.

E: Jeg spurte, over 60% av de over 30 oppga å skype som et helt naturlig verb, mens bare 35% oppga å facetime som et helt naturlig verb, i motsetning til de under 30 der 70% mener at det er helt naturlig. Så hva tror du er grunnen til at så mange færre over 30 mener at å facetime er et unaturlig verb.

I: Jeg tror det er fordi de ikke vet at funksjonen finnes på Facebook, jeg heller skjønte egentlig ingenting om det før det kom lyd på telefonen min, og det var noen som brukte Facetime, og jeg visste ikke at det var en funksjon. Jeg tror de fleste over 30 år bruker Facebook som en litt flatere, død side som brukes til å legge ut bilder på en måte, og tekst og statusoppdateringer, og sånne ting, og ikke vet at det har en Skype-funksjon.

E: Neste verb på lista er verbet å youtube. Hva ville du lagt i det verbet?

I: Å youtube må være at man bruker Youtube-sidene på internett til å legge ut ting, det kan være sanger, alt mulig, som man ønsker å dele med verden, det må være å youtube. Mange kjendiser og bloggere har jo egne Youtube-kanaler der de legger ut regelmessig stoff som de har lyst til å formidle til verden, til sine fans.

E: Ja, dersom man tar i betraktning i verbet youtube betyr å kikke på videoer på Youtube, så mener 80% at det er helt unaturlig, mens dersom man er en person som legger ut videoer selv, mener kun 30% at det er helt unaturlig. Hva tror du er grunnen til at det er mer naturlig å bruke verbet dersom man legger ut noe eller dersom man kikker man kikker på Youtube.

I: Min forklaring var jo at å youtube var å legge ut.

E: Ja, men hva tror du er grunnen til at det ikke er naturlig å bruke det for å kikke på Youtube?

I: Ja, jeg tenker at man trenger ikke noe eget ord for det. Da bruker man at man ser på Youtube, man trenger ikke å si at man youtuber. Man ser på TV, man ser på Youtube, man ser på Netflix, og trenger ikke noe eget verb for det.

E: Over 60% av de som svarte på undersøkelsen sier at det er helt naturlig å omtale en person som legger ut mye materiale på Youtube for en youtuber. Hva tror du er grunnen til at det er blitt så naturlig?

I: Sikkert på grunn av media, publisitet, man hører, leser om det, hører om det på radio, TV, noen personer bli gjerne kjent gjennom å bruke Youtube. Det tror jeg er grunnen til det.

E: Neste verb på lista er verbet å instagramme. Hva legger du i det verbet?

I: Det vil si at man bruker appen Instagram, og legger ut bilder på Instagram.

E: 66% oppgir at å instagramme er helt unaturlig dersom man bruker det til å kikke på andres bilder, mens færre mener at det er unaturlig å bruke det hvis man legger ut ting selv.

I: Ja, helt enig i det også, egentlig samme begrunnelse som det forrige, at man trenger ikke å ha et eget verb for å se på Instagram, for da kan man like godt si at man ser på Instagram. Mens når man bruker Instagram mer aktivt, og legger ut ting selv, da er det mer naturlig å si at man instagrammer.

E: Ok. Hva vil du si er kriteriet for å være en instagrammer, da?

I: At man har en Instagram-konto, der man legger ut ting selv.

E: Ok. Neste verb på lista er å podcaste. Hva legger du i det verbet?

I: Podcaste vil si å ta opp lydopptak som man legger ut på nett sånn at andre kan høre på det,

E: Dersom du lytter til en podcast mener kun 5% at det er naturlig, men dersom du lager en Podcast mener 25% at det er helt naturlig. Hva tror du er grunnen til det?

I: Du er mer aktiv når du legger ut ting, enn du er når du bare lytter, også samme begrunnelse som de andre tingene. Da sier man heller at man lytter til en Podcast, men hvis man bruker Podcast mer aktivt, da podcaster man.

E: Neste verb på lista er å tindre. Hva legger du i det verbet?

I: At man bruker sjekkeappen Tinder, og at man sveiper profiler til venstre og høyre, eller eventuelt superliker dem, har jeg hørt folk sagt. Det vil si å tindre, bruke Tinder-appen.

E: 15% oppgir at å tindre er et naturlig. Men så testet jeg en setning: å tindre seg en dame. Der var det bare 3% som mente at det kunne være naturlig å si. Hva tror du er grunnen til at det ikke er så naturlig å si det?

I: Det hørtes ikke så bra ut, tenker jeg. Det er enda mer upersonlig enn å på en måte å bruke Tinder sånn ellers. Å tindre seg noen, det høres litt ut som man kjøper seg noe, at det bare er sånn der og da, og at det kanskje da er litt mer negativt ladet når du bruker det på den måten, kanskje ikke helt sosialt akseptert?

E: Neste verb på lista er å tweete eller å tvitre. Hva legger du i det verbet?

I: Det er å legge ut korte tweets via Twitter. Maks, ikke så mange tegn, 140 ja, der du kan skrive den dagen i dag, også kanskje en setning til så er det ferdig, og da har man fått et utbrudd som man har gitt til verb.

E: Siste verbet: å facebooke. Hva legger du i det verbet?

I: Det er sannsynligvis å bruke Facebook, bruke tid på Facebook, der man snoker litt i andres profiler, og legger ut litt gladsaker om seg selv.

E: Absolut ingen under 30 oppga å facebooke som et naturlig verb. Hvorfor tror du det er så unaturlig for ungdom å bruke det verbet? For ungdommen er jo på Facebook.

I: Ja, men det er mindre viktig for dem enn det kanskje er for de eldre akkurat nå, fordi de har andre arenaer. Men jeg også synes jo at ordet å facebooke er et litt rart ord. Jeg ville heller sagt at man er på Facebook, det er ikke et verb. Ja, litt usikker, men kanskje at ungdom bruker mindre tid på Facebook i hvert fall enn det eldre gjør. Det kan være en av årsakene. Også fordi ordet er litt rart. Litt misvisende.

E: Ja. Så er det faktisk noen over 30 som oppgir at verbet er naturlig for dem. Hvorfor tror du noen over 30 oppgir at det er naturlig for dem?

I: Jeg skjønner når du sier ordet, jeg har aldri hørt det før, men jeg skjønner jo hva det er for noe, man er på Facebook. Det er kort og konsist ord, Facebook er kjent blant alle over 30 år, så kanskje derfor? Facebook er et kjent fenomen, så når man da facebooker så forstår man det som at man bruker Facebook. Mens for ungdom, de bruker tiden på mer forskjellige ting, mens de over 30 bruker mer på Facebook og Tinder.

Informant 4: Gerd

E: Første verbet på lista er verbet å google. Hva legger du i det verbet?

I: Når jeg skal google, da går jeg inn på Google, også sjekker jeg på internett hvis det er noe spesiell informasjon jeg har lyst til å finne ut av. Det er for meg å google.

E: I spørreundersøkelsen min i høst, oppga ca 80% av alle respondentene at å google er et helt naturlig verb. Hvorfor tror du er et så naturlig verb i språket vårt?

I: Det tror jeg fordi at dette med internett og å søke etter informasjon på nettet har blitt så vanlig, at du da bruker et ord for å si hva du egentlig gjør. Jeg kunne ha sagt at nå skal jeg sjekke innpå nettet om hva det og det betyr, og finne en søkemotor som jeg kan finne info fra, men det er mye lettere å si at jeg googler det.

E: Ok. Neste verb på lista er verbet å vippse. Hva legger du i det verbet?

I: Da tenker jeg penger.

E: Penger? Gjennom appen Vipps da eller?

I: Ja. Da har jeg appen Vipps som jeg vippser penger, eller ber om penger. Ja. Det er å vippse.

E: Over 80% av de som svarte på undersøkelsen oppga også det verbet som et helt naturlig verb. Det til tross for at Vipps er relativt nytt i forhold til Google. Vipps kom ut i 2015, mens Google ble populært på 2000-tallet en gang. Hvorfor tror du det er slik, at like mange oppgir et så nytt verb som naturlig, som det å google?

I: Vi assimilerer, vi tar jo fort til oss det som er innfor det vi har nytte av å bruke av begreper. Jeg kunne godt sagt til noen kan du sende meg noen penger via appen som heter Vipps. Men det er jo mye enklere for meg å si at jeg vippser. Så jeg tenker det er fordi at det er et formålstjenlig verb som viser at vi er omforent om hva det betyr, og da går det fort inn i språket tenker jeg

E: Ok. Så spurte jeg folk om det å kalle en person som ofte vippser for en vippser. Det oppga halvparten at var helt unaturlig. Hva tror du er grunnen til det?

I: Det synes jeg var vanskelig å forklare, jeg synes det var et rart ord. Jeg har aldri hørt det. Hensikten er jo å vippse penger til noen, men at du da er en vippser? Jeg tenker vi har ikke bruk for det ordet, som det å vippse, tenker jeg. Jeg har aldri hatt bruk for å si at jeg er en vippser. Jeg er ikke en vippser om jeg vippser penger. Det er ikke et ord som jeg tenker at jeg har behov for å ha i mitt vokabular.

E: Ja. Hva legger du i verbet å jodle?

I: Jodle? For meg er det å synge da, på østerriksk, men det er vel ikke det det er.

E: Da assosierer ikke du det samme som meg

I: Hva er det da?

E: Det er tilknyttet en app som heter Jodel.

I: Nei. Det har jeg aldri hørt om

E: Nei, da går vi videre. Hva legger du i verbet å snappe?

I: Å sende en snap. Da snapper du.

E: For det verbet oppgir over 80% av de under 30 at det er helt naturlig. Over 60% av dem over 30 oppgir det samme. Hvorfor tror du at så mange over 30 opplever dette verbet som så naturlig?

I: Det er jo det du gjør da. Når snap kom etter hvert så begynte vi å snappe. Du begynner å bruke det som en del av det naturlige du gjør. Du kan gjerne si at du sender deg en melding via snap, eller sender et bilde via snap, men det er lettere å si å snappe. Så det er på en måte at det er bruk for at vi skal ha det verbet, og da bruker vi det. Tenker jeg.

E: I motsetning til det å kalle en person for en vippser, så oppgir halvparten at det å kalle en person som ofte snapper for en snapper, at er helt naturlig. Hvorfor tror du det er mer naturlig å kalle en person for en snapper kontra en vippser

I: Det unaturlig for meg å kalle noen for en snapper også.

E: Men hva tror du er grunnen til at noen mener det er mer naturlig.

I: Fordi altså helt hypotetisk så er det fordi det er så mange flere som snapper enn som vippser penger, at fordi det er så mange som bruker det, så blir det mer naturlig og på en måte bruke substantivet en snapper. Jeg vet ikke. Bare en helt hypotetisk tanke

E: Neste verb på lista er verbet å skype. Hva legger du i det verbet?

I: Da er du på Skype da. Da skyper du.

E: Hva innebærer det da?

I: At du snakker med noen også ser du på bilde samtidig.

E: Cirka halvparten av de jeg spurte oppgir setningen å skype en venn som helt naturlig. Mens halvparten oppgir å skype en samtale som unaturlig. Hvorfor tror det er så mange som mener det unaturlig å si at man skyper en samtale?

I: Jeg tenker bildet, du ser en venn. At hovedformålet er å se noen. Da har du et bilde. Å skype en samtale? Kanskje hovedformålet er å se noen? Det er viktig å snakke med noen også men. Nei, jeg har ikke noe fornuftig svar.

E: Nei, det er ok. Neste verb på lista er å facetime. Hva legger du i det verbet? "

I: Da er du på Facetime da. Da bruker du i alle fall bilde. På facetime. Og da ser du ansiktet, face time

E: Over 60% av dem over 30 oppga å skype som et helt naturlig verb. Mens bare 35% oppga å facetime som et helt naturlig, i motsetning til dem under 30 der 70% mente det var helt naturlig. Hvorfor tror du så mange førre over 30 mener at det er naturlig å bruke det verbet?

I: Det tenker jeg er fordi vi ikke bruker det så mye, at det er naturlig for dem under 30 å bruke Facetime, og da kommer det fort inn å bruke verbet facetime, hyppig brukt tenker jeg.

E: Neste verb på lista er verbet å youtube. Hva legger du i det verbet?

I: Da ser jeg på Yotube, tenker jeg.

E: Dersom man tar i betraktning at verbet youtube betyr å kikke på videoer på Youtube, så mener 80% at det er helt unaturlig å si. Men dersom man er en person som ofte legger ut videoer på Youtube, så er det kun 30% som mener at det er unaturlig å bruke å youtube. Så hvorfor tror du det er mer naturlig for oss å bruke verbet å youtube dersom man legger ut videoer, enn om man kikker på videoer.

I: Hvis man legger ut er man enda mer inn i Youtube. Kanskje de omformer det å lage en film som de legger ut på Youtube, at det betyr det samme som å youtube. Jeg tenker at det er en begrepsforskjell. Jeg har aldri tenkt at jeg skal bruke ordet å youtube når jeg ser på en video. Da er jeg inne på Youtube og ser, sier jeg. Men å youtube, å legge ut, betydningsmessig, at det rett og slett betyr å lage en film de legger ut. Betydningsforskjell tenker jeg.

E: Over 60% av de som svarte på undersøkelsen sier at det er helt naturlig å omtale en person som legger ut mye materiale på Youtube for en youtuber. Hva tror du er grunnen til at så mange mener det er naturlig?

I: Litt det samme som med det å youtube. Altså, det er youtuberen som youtuber, tenker jeg.

E: Hva legger du i verbet å instagramme?

I: Da er du nå på Instagram da. Å instagramme, da også tenker jeg at du er den som legger ut bilde på Instagram. Det er å instagramme. Jeg legger ikke ut bilder på Instagram, men jeg ser på Instagram. Jeg er ikke en instagrammer. Jeg eier ikke å instagramme. Men en som instagrammer er en som legger ut bilder, uten at jeg har hørt å instragramme før, men jeg tenker at det kan bety det.

E: 66% oppgir at å instagramme er helt unaturlig dersom man bruker appen til å kikke på andres bilder. Men dersom man bruker appen til å laste opp bilde, for eksempel til å sponse produkter, så er det bare 44% som mener at det unaturlig. Du svarte jo delvis på det. Spørsmålet er jo hvorfor du tror det er slik.

I: Det var det jeg tenkte på, ja.

E: Hva legger du i verbet å podcaste?

I: Å podcaste? Litt det samme, altså hvis jeg skal høre på en Podcast, så tror jeg ikke jeg sier at jeg podcaster. Jeg tenker at det som lager en Podcast, de podcaster. Jeg vet ikke om du skjønnte?

E: Jeg skjønnte det. Og da svarte du også på det neste spørsmålet. 5% mener at det er naturlig å bruke det dersom man hører på det, mens 25% mener det er naturlig dersom man lager det. Og det var det du mente?

I: Ja.

E: Neste verb er å tindre. Hva legger du i det?

I: Da er du på appen Tinder. En som tindrer, en som legger ut noe av seg selv? Man må kanskje legge ut noe av seg selv for å være der? Nei.

E: Du har kanskje ikke kjennskap til appen?

I: Nei.

E: Ok. 15% som svare på undersøkelsen oppgir at å tindre er naturlig dersom man prøver å skaffe seg en kjæreste på Tinder.

I: Altså at du har lagt ut noe selv på Tinder?

E: Ja, altså at du aktivt prøver å finne noen ved å bruke appen

I: Aha.

E: Men så spurte jeg folk om denne setningen: å tindre seg en dame. Der var det bare 3% som mente at det var naturlig. Hvorfor tror du det er så unaturlig å si at man tindrer seg en dame, kontra å si at man bare tindrer.

I: Jeg tenker på setningsanalyse jeg, hva tindrer man? Du tindrer ja, da tenker jeg på en aktivitet du selv gjør. Da er fokuset rundt deg som subjekt. Men å tindre seg en dame. Nei, vet du, jeg klarer ikke si hvorfor jeg synes det er rart.

E: Det er helt ok. Det er en rar setning.

I: Er det noen som bruker den?

E: Ser ikke sånn ut, kun 3% som kan si det er naturlig.

I: Ok.

E: Hva legger du i verbet å tвите eller å tweete?

I: Da er du på Twitter. Hvis du tvittrer da har du lag ut innlegg på Twitter. Da tvittrer du.

E: Ok. Hva legger du i verbet å facebooke?

I: Hvis jeg skulle sagt at jeg facebooker, da ville jeg vært veldig aktiv på Facebook. Da tror jeg også at jeg hadde vært den aktive delen som hadde lagt ut ting på Facebook. Jeg har jo Facebook, men jeg legger ikke ut ting på Facebook. Jeg er en litt sånn se og hør-titter som ser på Facebook. Men da er jeg ikke noen facebooker. Men en som legger ut mye er en facebooker tenker jeg.

E: Absolutt ingen under 30 oppgir verbet å facebooke som naturlig. Hvorfor tror du ikke det verbet brukes blant dem under 30?

I: Kanskje de ikke bruker Facebook lenger. Gammeldags kanskje. Jeg vet ikke.

E: Nei, det er her dine betraktninger.

I: Jeg tror kanskje Facebook er for de som er litt eldre. De har andre medier de unge, tror jeg.

E: Flere over 30 oppgir verbet som naturlig, så da svarte du jo litt på det også.

I: Ja, flere som bruker det enn som er under 30, som kanskje bruker andre medier enn Facebook.

E: Det var siste spørsmål.

Vil du delta i forskningsprosjektet

”(Nye verb i norsk)”?

DETTE ER ET SPØRSMÅL TIL DEG OM Å DELTA I ET FORSKNINGSPROSJEKT HVOR FORMÅLET ER Å KARTLEGGE BRUKEN AV ULIKE VERB I NORSK SPRÅK. I DETTE SKRIVET GIR VI DEG INFORMASJON OM MÅLENE FOR PROSJEKTET OG HVA DELTAKELSE VIL INNEBÆRE FOR DEG.

FORMÅL

Dette er en masteravhandling i språkvitenskap, og jeg skal forsøke å fortelle noe om bruken av verb i språket vårt

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Kristin Melum Eide ved Institutt for språk og litteratur ved NTNU er prosjektansvarlig for masterstudent Espen Nyberg Granaunes masteravhandling.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du får spørsmål om å delta fordi du er en del av mitt nettverk, fordi du er over 18 år, og fordi du har norsk som morsmål

HVA INNEBÆRER DET FOR DEG Å DELTA?

- *Intervju med lydopptak
Varer i ca. 15-20 minutter*
- *Du må oppgi om du er over eller under 30*

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- *Det er masterstudenten og veileder Kristin Melum Eide som har tilgang til dataene*
- *Du vil ikke nevnes med navn i oppgaven, men tildeles et fiktivt navn*

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Prosjektet skal etter planen avsluttes 15.05.19. Etter det vil alt av data destrueres

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra (*sett inn navn på behandlingsansvarlig institusjon*) har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- *Kristin Melum Eide*, kristin.eide@ntnu.no
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på epost (personvernombudet@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig
Kristin Melum Eide

Student
Espen Nyberg Granaune

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet (*sett inn tittel*), og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i *intervju med lydopptak*
-

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet, ca. 15.05.19

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 4: Oppgavens relevans for mitt virke som lektor

I denne oppgaven tar jeg for meg nye verb som jeg har observert i språket vårt. Underveis i arbeidet med prosjektet har jeg tatt meg selv i å bli ekstra observant på nye verbkonstruksjoner. Det tror jeg kan være en fordel for meg som lærer, da ungdom er språklig kreative mennesker som kan finne på å si mye rart. Ved å ha satt meg inn i argumentstruktur kan jeg bruke eksempler på språklige konstruksjoner elevene kommer opp med i undervisningen og dermed utnytte det i språkundervisning.

I det hele tatt har jeg etter å ha tatt en mastergrad i språk blitt er mer språkkyndig og språkbevisst person, noe som jeg tror er en god styrke å ha som norsklærer. Jeg brenner for språk og tror det kan være smittende mot elevene når jeg underviser i ulike språklige temaer. Ved at elevene ser at jeg er opptatt av nyere aspekter ved språk, og ikke bare gamle aspekter, kan det være avgjørende for elevenes nysgjerrighet for faget. Det å aktualisere temaer vi jobber med tror jeg er veldig viktig for økt faglig engasjement, og da er det mye fra oppgaven min jeg kan bruke i undervisningen for å aktualisere.

